



**ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ВОЗДУШНОГО ТРАНСПОРТА  
(РОСАВИАЦИЯ)**

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ  
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ГРАЖДАНСКОЙ АВИАЦИИ»**



Ректор

/ Ю.Ю. Михальчевский

» июль 2021 года

## **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**Маркетинг персонала организаций воздушного транспорта**

Направление подготовки  
**38.03.03 Управление персоналом**

Направленность программы (профиль)  
**Управление персоналом организаций воздушного транспорта**

Квалификация выпускника  
**бакалавр**

Форма обучения  
**очная**

Санкт-Петербург  
2021

## 1. Цели освоения дисциплины

Цели освоения дисциплины «Маркетинг персонала организаций воздушного транспорта»: формирование у обучающихся теоретических знаний о назначении, составляющих и особенностях механизма функционирования системы маркетинга персонала в организациях воздушного транспорта, а также приобретение умений и практических навыков в ее применении, анализе работы, оценке результатов, качества и эффективности деятельности.

Задачами освоения дисциплины являются:

– формирование знаний: о содержании и развитии маркетинга персонала; о теоретических основах маркетинга персонала; о функциональной структуре маркетинга персонала; о маркетинге персонала в кадровой политике организации воздушного транспорта; о кадровом планировании в маркетинге персонала организации воздушного транспорта; о культуре управления в маркетинге персонала организации воздушного транспорта; о реализации технологии маркетинга персонала в организации воздушного транспорта; о контроле и эффективности маркетинга персонала в организации воздушного транспорта;

– приобретение умений: применения функционального подхода при управлении маркетингом персонала организации воздушного транспорта; применения основных маркетинговых инструментов при управлении персоналом организации воздушного транспорта, исследовании рынка труда; выявления и анализа факторов, влияющих на социально-психологический климат и удовлетворенность трудом; исследования имиджа организации-работодателя воздушного транспорта на рынке труда; в исследовании культуры управления в маркетинге персонала организации воздушного транспорта; в определении потребности в персонале организации воздушного транспорта; в реализации этапов технологии маркетинга персонала; контроля, анализа и оценки достижения целей персонал-маркетинговых мероприятий при реализации плана маркетинга персонала;

– овладение навыками: сбора информации при проведении персонал-маркетинговых исследований для анализа внутренних и внешних факторов, влияющих на эффективность деятельности персонала организации воздушного транспорта; разработки методики оценки эффективности персонал-маркетинговых мероприятий организации воздушного транспорта; анализа и мониторинга конкурентоспособности стратегии организации воздушного транспорта в области подбора и привлечения персонала для удовлетворения качественной и количественной потребности в персонале организации воздушного транспорта; применения основных методов планирования и прогнозирования качественной и количественной потребности в персонале организации воздушного транспорта.

Дисциплина обеспечивает подготовку обучающегося к решению задач профессиональной деятельности организационно-управленческого типа.

## 2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина «Маркетинг персонала организаций воздушного транспорта» представляет собой дисциплину, относящуюся к части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 Дисциплины (модули).

Дисциплина «Маркетинг персонала организаций воздушного транспорта» базируется на результатах обучения, полученных при изучении дисциплины: «Управление персоналом организации» (2).

Дисциплина «Маркетинг персонала организаций воздушного транспорта» является обеспечивающей для дисциплин<sup>1</sup>: «Организация службы управления персоналом на предприятиях воздушного транспорта» (4); а также для «Производственная (технологическая (проектно-технологическая) практика)» (4), для «Подготовки к сдаче и сдачи государственного экзамена» (8); «Подготовки к процедуре защиты и защиты выпускной квалификационной работы» (8).

Дисциплина изучается в 3 семестре.

## 3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

Процесс освоения дисциплины «Маркетинг персонала организаций воздушного транспорта» направлен на формирование следующих компетенций:

Код компетенции/индикатора	Результат обучения: наименование компетенции, индикатора компетенции
УК-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применяя системный подход для решения поставленных задач.
ИД <sup>1</sup> <sub>УК1</sub>	Осуществляет поиск информации об объекте, определяет достоверность полученной информации, формирует целостное представление об объекте, а также о сущности и последствиях его функционирования.
ИД <sup>2</sup> <sub>УК1</sub>	Решает поставленные задачи, исходя из целостности объекта, выявления механизмов его функционирования и многообразных связей во внутренней и внешней среде объекта.
УК-2	Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений.

<sup>1</sup> В скобках указан номер семестра.

Код компетенции/ индикатора	Результат обучения: наименование компетенции, индикатора компетенции
ИД <sup>1</sup> <sub>УК2</sub>	Формулирует конкретные задачи согласно поставленной цели и определяет последовательность действий для решения этих задач.
ИД <sup>2</sup> <sub>УК2</sub>	Рассматривает, оценивает и выбирает оптимальные способы решения задач, учитывая правовые нормы, имеющиеся ресурсы и иные ограничения.
ПК-1	Способен осуществлять сбор и обработку информации о потребностях организаций воздушного транспорта в персонале; разрабатывать и выполнять мероприятия по привлечению персонала; исследовать состояние рынка труда.
ИД <sup>1</sup> <sub>ПК1</sub>	Осуществляет сбор и обработку информации о потребностях организаций в персонале; разрабатывает и выполняет мероприятия по привлечению персонала в организации, в т.ч. в сфере воздушного транспорта.
ИД <sup>2</sup> <sub>ПК1</sub>	Исследует состояние рынка труда, в т.ч. в сфере воздушного транспорта.
ПК-2	Способен разрабатывать и реализовывать мероприятия по использованию, развитию и высвобождению персонала организаций воздушного транспорта; способен осуществлять оценку и аттестацию различных категорий персонала организаций воздушного транспорта.
ИД <sup>1</sup> <sub>ПК2</sub>	Разрабатывает и реализовывает мероприятия по использованию, развитию и высвобождению персонала организаций воздушного транспорта.
ИД <sup>2</sup> <sub>ПК2</sub>	Осуществляет оценку и аттестацию различных категорий персонала организаций воздушного транспорта.
ПК-3	Способен применять знания основ научной организации и нормирования труда, мотивации и стимулирования персонала (в том числе оплаты труда), контроля трудовой и исполнительской дисциплины; формировать корпоративную культуру.
ИД <sup>1</sup> <sub>ПК3</sub>	Знает основы научной организации и нормирования труда, мотивации и стимулирования персонала (в том числе оплаты труда) и применяет их в деятельности организаций воздушного транспорта.
ИД <sup>2</sup> <sub>ПК3</sub>	Знает основы контроля трудовой и исполнительской дисциплины и формирования корпоративной культуры персонала организаций в целом и авиационного персонала в частности.

## Планируемые результаты изучения дисциплины:

### Знать:

- сущность, задачи, принципы и основные составляющие кадрового планирования организации воздушного транспорта;
- основы маркетинга персонала;
- современные подходы к определению понятия «маркетинг персонала», уровни и направления маркетинга персонала;
- цели, задачи, принципы, характерные особенности маркетинга персонала;
- этапы становления и основные концепции маркетинга персонала;
- функциональную структуру и содержание функций маркетинга персонала;
- основные маркетинговые инструменты, применяемые при управлении персоналом организации;
- уровни и составляющие системы законодательно-нормативного регулирования маркетинга персонала;
- сущность и инструменты персонал-маркетингового подхода при реализации кадровой политики организации воздушного транспорта;
- сущность и функции организационной культуры в маркетинге персонала организации воздушного транспорта;
- содержание этапов технологии маркетинга персонала организации воздушного транспорта;
- критерии и показатели эффективности маркетинга персонала организации воздушного транспорта;
- сущность, основные виды кадровой политики организации воздушного транспорта и оказывающие на нее влияние факторы;
- сущность и виды стратегий управления персоналом организации воздушного транспорта;
- перечень основных выполняемых функций персоналом организации воздушного транспорта;
- содержание понятий качественной и количественной потребности в персонале организации воздушного транспорта;
- содержание понятий анализа и мониторинга конкурентоспособности стратегии организации в области подбора и привлечения персонала;
- содержание основных методов планирования и прогнозирования качественной и количественной потребности в персонале организации воздушного транспорта.

### Уметь:

- применять на практике знание основ маркетинга персонала;
- применять функциональный подход при управлении маркетингом персонала организации воздушного транспорта;

- применять основные маркетинговые инструменты при управлении персоналом организации воздушного транспорта, исследовании рынка труда;
- выявлять факторы, оказывающие влияние на социально-психологический климат в коллективе и удовлетворенность трудом;
- исследовать имидж организации-работодателя воздушного транспорта на рынке труда;
- анализировать культуру управления в маркетинге персонала организации воздушного транспорта;
- определять качественную и количественную потребность в персонале организации воздушного транспорта в зависимости от выполняемых им функций (управленческих, производственных и др.);
- анализировать поведение соискателей рабочих мест на рынке труда;
- определять и анализировать основных конкурентов на рынке труда;
- анализировать активных системных партнеров;
- анализировать внутренние ресурсы и способности организации-работодателя воздушного транспорта;
- определять целевые позиции на рынке труда;
- разрабатывать персонал-маркетинговую стратегию и целевой план персонал-маркетинговых мероприятий;
- контролировать, анализировать и оценивать достижение целей персонал-маркетинговых мероприятий при реализации плана маркетинга персонала;
- применять на практике основные приемы и способы определения качественной и количественной потребности в персонале организации воздушного транспорта.

#### Владеть:

- навыками сбора информации при проведении персонал-маркетинговых исследований для анализа внутренних и внешних факторов, влияющих на эффективность деятельности персонала организации воздушного транспорта;
- навыками разработки методики оценки эффективности персонал-маркетинговых мероприятий организации воздушного транспорта;
- навыками анализа и мониторинга конкурентоспособности стратегии организации воздушного транспорта в области подбора и привлечения персонала для удовлетворения качественной и количественной потребности в персонале организации воздушного транспорта;
- основными методами планирования и прогнозирования качественной и количественной потребности в персонале организации воздушного транспорта.

#### 4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единиц, 180 академических часов.

Наименование	Всего часов	Семестр
		3
Общая трудоемкость дисциплины	180	180
Контактная работа:	86,5	86,5
лекции	42	42
практические занятия	38	38
семинары	–	–
лабораторные работы	–	–
курсовой проект (работа)	4	4
Самостоятельная работа студента	60	60
Промежуточная аттестация	36	36
контактная работа	2,5	2,5
самостоятельная работа по подготовке к экзамену	33,5	33,5 Экзамен

#### 5. Содержание дисциплины

##### 5.1. Соотнесения тем (разделов) дисциплины и формируемых компетенций

Темы, разделы дисциплины	КОЛИЧЕСТВО ЧАСОВ	КОМПЕТЕНЦИИ					Образовательные технологии	Оценочные средства
		УК-1	УК-2	ПК-1	ПК-2	ПК-3		
Тема 1. Содержание и развитие маркетинга персонала	17	+	+	+			ВК Л ПЗ СРС	УО УЗ Д
Тема 2. Теоретические основы маркетинга персонала	17	+	+	+			Л ПЗ СРС	УО УЗ Т Д
Тема 3. Функциональная структура маркетинга персонала	17	+	+	+			Л ПЗ СРС	УО УЗ Д
Тема 4. Маркетинг персонала в кадровой политике организации воздушного	17	+	+	+			Л ПЗ	УО УЗ

Темы, разделы дисциплины	КОЛИЧЕСТВО ЧАСОВ	КОМПЕТЕНЦИИ					Образовательные технологии	Оценочные средства
		УК-1	УК-2	ПК-1	ПК-2	ПК-3		
транспорта							СРС	Д
Тема 5. Кадровое планирование в маркетинге персонала организации воздушного транспорта	18	+	+	+	+		Л ПЗ СРС	УО УЗ Т Д
Тема 6. Культура управления в маркетинге персонала организации воздушного транспорта	18	+	+	+		+	Л ПЗ СРС	УО УЗ Д
Тема 7. Реализация технологии маркетинга персонала в организации воздушного транспорта	18	+	+	+			Л ПЗ СРС	УО УЗ Д
Тема 8. Контроль и эффективность маркетинга персонала в организации воздушного транспорта	18	+	+	+	+	+	Л ПЗ СРС	УО УЗ Д
Курсовая работа	4	+	+	+	+	+		ЗКР
Итого за семестр	144							
Промежуточная аттестация	36	+	+	+	+	+		Экзамен
Всего по дисциплине	180							

Сокращения: ВК – входной контроль, Л – лекция, ПЗ – практическое занятие, СРС – самостоятельная работа студента, Т – тест, УО – устный опрос, УЗ – учебное задание, Д – доклад, ЗКР – защита курсовой работы.

## 5.2. Темы (разделы) дисциплины и виды занятий

Наименование темы (раздела) дисциплины	Л	ПЗ	ЛР	СРС	КР	Всего часов
Тема 1. Содержание и развитие маркетинга персонала	4	2		11		17
Тема 2. Теоретические основы маркетинга персонала	6	4		7		17
Тема 3. Функциональная структура маркетинга персонала	6	6		5		17
Тема 4. Маркетинг персонала в кадровой политике организации воздушного транспорта	4	6		7		17
Тема 5. Кадровое планирование в маркетинге персонала организации воздушного транспорта	6	6		6		18



Наименование темы (раздела) дисциплины	Л	ПЗ	ЛР	СРС	КР	Всего часов
Тема 6. Культура управления в маркетинге персонала организации воздушного транспорта	4	4		10		18
Тема 7. Реализация технологии маркетинга персонала в организации воздушного транспорта	6	6		6		18
Тема 8. Контроль и эффективность маркетинга персонала в организации воздушного транспорта	6	4		8		18
Итого за семестр	42	38		60		140
Курсовая работа					4	4
Промежуточная аттестация						36
Всего по дисциплине						180

Сокращения: Л – лекция, ПЗ – практическое занятие, ЛР – лабораторная работа, СРС – самостоятельная работа студента, КР – курсовая работа.

### 5.3 Содержание разделов дисциплины

#### Тема 1. Содержание и развитие маркетинга персонала

Место маркетинга персонала в системе наук о труде и персонале. Общая характеристика маркетинговой деятельности по управлению персоналом. Широкое и узкое понимание маркетинга персонала. Внешний и внутренний маркетинг персонала. Макро-, мезо- и микро- уровни маркетинга персонала. Направления маркетинга персонала. Виды маркетинга персонала. Роль маркетинга персонала в планировании человеческих ресурсов в организации. Факторы формирования технологий маркетинга персонала. Организация маркетинга персонала в кадровом агентстве. Самомаркетинг персонала.

Этапы эволюции маркетинга персонала. Внешние и внутренние факторы маркетинга персонала. Вклад в разработку теории маркетинга персонала (идеи Д. Белла, Г. Штрутца, Р. Брюнера). Международный маркетинг персонала.

#### Тема 2. Теоретические основы маркетинга персонала

Маркетинг персонала: основные подходы к определению понятия, универсальные подходы и дифференцированные определения. Объект и предмет маркетинга персонала. Цели, задачи, принципы, понятийные элементы маркетинга персонала. Уровни маркетинга персонала. Концепция маркетинга персонала. Уровни и составляющие системы законодательно-нормативного регулирования маркетинга персонала организации. Философия, стратегия и политика маркетинга персонала. Понятие системы маркетинга персонала организации.

Маркетинг персонала как специальная функция управления организацией. Маркетинг персонала в системе управления персоналом организации. Внешние и внутренние факторы маркетинга персонала

организации. Управление маркетингом персонала организации. Персонал-маркетинговое управленческое решение. Функции маркетинга персонала. Персонал-маркетинговая информационная система.

Маркетинговые инструменты, применяемые при управлении персоналом организации. Персонал-маркетинговые исследования. Кадровая политика и кадровое планирование как инструменты маркетинга персонала организации. Сущность персонал-маркетингового подхода при реализации кадровой политики организации. Этапы реализации процесса маркетинга персонала. Технология маркетинга персонала в организации. Характеристика основных этапов технологии маркетинга персонала в организации.

### **Тема 3. Функциональная структура маркетинга персонала**

Уровни исследования определения понятия «функции маркетинга персонала»: интуитивный, правовой и научный. Определения понятия «функции маркетинга персонала». Понятие функциональной системы маркетинга персонала организации, системы «функции маркетинга персонала организации». Функциональная структура маркетинга персонала организации. Аналитическая, информационная и коммуникационная функции маркетинга персонала. Исследование рынка труда как предмет аналитической функции маркетинга персонала. Создание информационного базиса маркетинга персонала. Объекты и проявления коммуникационной функции маркетинга персонала.

Основные источники разработки персонал-маркетинговых мероприятий. Маркетинговые исследования рынка труда. Функции макро- и микро-маркетинга персонала в сфере занятости. Исследование потенциала рабочей силы. Особенности функционирования рынка труда, связанные с воспроизводством рабочей силы. Сегментация рынков труда. Критерии сегментации рыночного пространства. Позиционирование на рынке труда. Проблемы занятости населения в России. Особенности функционирования внутрифирменного рынка труда. Определение целевых позиций на рынке труда.

### **Тема 4. Маркетинг персонала в кадровой политике организации воздушного транспорта**

Кадровая политика как инструмент маркетинга персонала организации воздушного транспорта. Широкое и узкое понимание кадровой политики организации воздушного транспорта. Роль кадровой политики в формировании стратегии организации воздушного транспорта. Реализация принципа соответствия кадровой политики стратегии развития организации. Сущность и виды стратегий управления персоналом организации воздушного транспорта.

Внешние и внутренние факторы, влияющие на разработку кадровой политики. Цели, задачи, виды, принципы, процесс формирования кадровой политики. Составляющие кадровой политики: политика занятости, политика

обучения, политика оплаты труда, политика благосостояния, политика трудовых отношений. Процесс формирования кадровой политики и ее связь с маркетингом персонала: нормирование, программирование, мониторинг персонала. Типы кадровой политики. Сравнительная характеристика открытого и закрытого типов кадровой политики в контексте маркетинга персонала организации в сфере воздушного транспорта.

### **Тема 5. Кадровое планирование в маркетинге персонала организации воздушного транспорта**

Необходимость и задачи планирования персонала организацией воздушного транспорта. Этапы планирования персонала организацией воздушного транспорта. Принципы планирования персонала организацией воздушного транспорта. Основные элементы планирования персонала организацией воздушного транспорта: анализ состава персонала, планирование потребности в персонале, планирование обеспечения персоналом, планирование использования персонала, планирование развития персонала, планирование высвобождения персонала, планирование затрат на персонал.

Определение путей и источников покрытия потребности в персонале при реализации коммуникационной функции маркетинга персонала в организации воздушного транспорта. Качественная и количественная потребность в персонале организации: единство и взаимосвязь. Факторы определения качественной и количественной потребности в персонале организации воздушного транспорта. Текущая и долговременная потребность в персонале. Понятие норм управляемости. Этапы планирования потребности в персонале. Прогнозирование потребности в персонале. Содержательная и процессуальная стороны работы (рабочего места). Профессиографический анализ. Основные задачи, методы и источники найма персонала на работу.

Методы планирования и прогнозирования качественной и количественной потребности в персонале организации воздушного транспорта. Методы расчета количественной потребности в персонале: на основе использования данных о времени трудового процесса; по нормам обслуживания; по рабочим местам и нормативам численности; стохастические методы (регрессионный и корреляционный анализ); методы экспертных оценок (простая оценка, расширенная экспертная оценка).

### **Тема 6. Культура управления в маркетинге персонала организации воздушного транспорта**

Проявление сущности и функций организационной культуры в маркетинге персонала организации воздушного транспорта. Организационная культура как совокупность объективных и субъективных характеристик организации. Основные источники организационной культуры: внешняя среда, общественные ценности, внутренняя среда организации и др. Организационные ценности, знаково-символическая система и эталонные

характеристики организационной культуры. Трансляция норм и ценностей организационной культуры.

Исследование имиджа организации воздушного транспорта как работодателя при реализации информационной функции маркетинга персонала. Адаптивная, демонстративная и рекламная функции имиджа организации. Имидж как система предпочтений и преимуществ организации-работодателя. Инструментарий исследования имиджа организации: проведение опроса мнений, анализ кампаний найма, изучение претензий.

Анализ и оценка культуры управления в маркетинге персонала. Исследование организации труда и мотивационных установок. Анализ культуры управления: стиля руководства, социально-психологического климата, удовлетворенности трудом. Факторы, оказывающие влияние на социально-психологический климат в коллективе и удовлетворенность трудом.

### **Тема 7. Реализация технологии маркетинга персонала в организации воздушного транспорта**

Сущность персонал-маркетингового технологического подхода при реализации кадровой политики организации воздушного транспорта. Оценка структур и действия предприятия с точки зрения его позиционирования на внешнем и внутреннем рынках труда. Поиск, отбор и поддержка предприятием необходимых и подходящих работников. Основные этапы технологии маркетинга персонала в организации воздушного транспорта. Характеристика основных этапов технологии маркетинга персонала в организации.

Определение потребности в персонале. Анализ поведения соискателей рабочих мест на внешнем и внутреннем рынке труда. Формирование сегментов потенциальных работников. Определение и анализ основных конкурентов на рынке труда. Анализ активных системных партнеров. Анализ внутренних ресурсов и способностей. Определение целевых позиций на рынке труда. Разработка персонал-маркетинговой стратегии. Формирование и реализация целевого плана персонал-маркетинговых мероприятий. Контроль и оценка эффективности персонал-маркетинговых мероприятий.

### **Тема 8. Контроль и эффективность маркетинга персонала в организации воздушного транспорта**

Анализ и оценка достижения целей персонал-маркетинговых мероприятий, реализации плана маркетинга персонала. Контроль как оценка достижения поставленных целей. Функции, виды, элементы контроля маркетинга персонала. Предварительный, текущий и заключительный контроль маркетинга персонала. Основные подходы к контролю маркетинга персонала: анализ привлекательности, аудит и контроллинг маркетинга персонала. Ответственность за реализацию персонал-маркетинговой стратегии, целевого плана персонал-маркетинговых мероприятий.

Критерии и показатели эффективности маркетинга персонала организации. Система целей и фактических результатов (эффектов) маркетинга персонала организации. Затраты ресурсов на достижение целей маркетинга персонала. Эффективность маркетинга персонала как отношение полученных эффектов к затратам ресурсов на их получение. Разработка методики оценки эффективности маркетинга персонала. Результативность маркетинга персонала как степень достижения поставленных целей. Качество маркетинга персонала организации воздушного транспорта.

#### 5.4 Практические занятия

Номер темы дисциплины	Тематика практических занятий	Трудоемкость (часы)
1	ПЗ 1. Формирование и виды маркетинга персонала	2
2	ПЗ 2. Система маркетинга персонала организации и ее составляющие	2
2	ПЗ 3. Маркетинговые инструменты в управлении персоналом	2
3	ПЗ 4. Функциональная система маркетинга персонала	2
3	ПЗ 5. Система функций маркетинга персонала организации	2
3	ПЗ 6. Маркетинговые исследования рынка труда	2
4	ПЗ 7. Организации воздушного транспорта	2
4	ПЗ 8. Персонал в организациях воздушного транспорта. Авиационный персонал	2
4	ПЗ 9. Практическое занятие 5. Кадровая политика как инструмент маркетинга персонала организации воздушного транспорта	2
5	ПЗ 10. Основные элементы планирования персонала организацией воздушного транспорта	2
5	ПЗ 11. Процесс планирования потребности в персонале в организации воздушного транспорта	2
5	ПЗ 12. Методы планирования и прогнозирования потребности в персонале организацией воздушного транспорта	2
6	ПЗ 13. Функции организационной культуры в маркетинге персонала организации воздушного транспорта	2
6	ПЗ 14. Исследование имиджа организации-работодателя в сфере воздушного транспорта на рынке труда	2
7	ПЗ 15. Персонал-маркетинговый технологический подход при реализации кадровой политики организации воздушного транспорта	2
7	ПЗ 16. Реализация этапов технологии маркетинга персонала организацией воздушного транспорта	2
7	ПЗ 17. Разработка плана персонал-маркетинговых мероприятий	2

Номер темы дисциплины	Тематика практических занятий	Трудо-емкость (часы)
8	ПЗ 18. Контроль и аудит маркетинга персонала в организации воздушного транспорта	2
8	ПЗ 19. Качество и эффективность маркетинга персонала в организации воздушного транспорта	2
Итого по дисциплине		38

### 5.5 Лабораторный практикум

Лабораторный практикум учебным планом не предусмотрен.

### 5.6 Самостоятельная работа

Номер темы дисциплины	Виды самостоятельной работы	Трудо-емкость (часы)
1	Изучение теоретического материала, составление конспекта по вопросам, подготовка к устным опросам, подготовка докладов по темам. Выполнение курсовой работы. Лит.: [1-11]	11
2	Изучение теоретического материала, составление конспекта по вопросам, подготовка к устным опросам и тестированию, подготовка докладов по темам. Выполнение курсовой работы. Лит.: [1-11]	7
3	Изучение теоретического материала, составление конспекта по вопросам, подготовка к устным опросам, подготовка докладов по темам. Выполнение курсовой работы. Лит.: [1-11]	5
4	Изучение теоретического материала, составление конспекта по вопросам, подготовка к устным опросам, подготовка докладов по темам. Выполнение курсовой работы. Лит.: [1-11]	7
5	Изучение теоретического материала, составление конспекта по вопросам, подготовка к устным опросам и тестированию, подготовка докладов по темам. Выполнение курсовой работы. Лит.: [1-11]	6
6	Изучение теоретического материала, составление конспекта по вопросам, подготовка к устным опросам, подготовка докладов по темам. Выполнение курсовой работы. Лит.: [1-11]	10

Номер темы дисциплины	Виды самостоятельной работы	Трудоемкость (часы)
7	Изучение теоретического материала, составление конспекта по вопросам, подготовка к устным опросам, подготовка докладов по темам. Выполнение курсовой работы. Лит.: [1-11]	6
8	Изучение теоретического материала, составление конспекта по вопросам, подготовка к устным опросам и, подготовка докладов по темам. Выполнение курсовой работы. Лит.: [1-11]	8
Итого по дисциплине		60

### 5.7 Курсовые работы (проекты)

Наименование этапа выполнения курсовой работы	Трудоемкость (часы)
Выдача задания на курсовую работу	2
Этап 1. Выполнение раздела 1 (теоретическая часть)	СРС
Этап 2. Выполнение раздела 2 (прикладная часть)	
Этап 3. Выполнение раздела 3 (проектная часть)	
Этап 4. Оформление курсовой работы	
Защита курсовой работы	2
Итого контактная работа по курсовой работе	4

### 6 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

а) основная литература:

1. *Маслова, В. М. Управление персоналом* : учебник и практикум для вузов / В. М. Маслова. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 431 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09984-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/468476>.

2. *Одегов, Ю. Г. Кадровая политика и кадровое планирование* : учебник и практикум для вузов / Ю. Г. Одегов, В. В. Павлова, А. В. Петропавловская. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 575 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14217-4. — URL : <https://urait.ru/bcode/477357>.

3. *Рынок труда* : учебник и практикум для вузов / Е. Б. Яковлева [и др.] ; под редакцией Е. Б. Яковлевой. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 253 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09043-7. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/469358>.

4. *Управление человеческими ресурсами* : учебник для вузов /

И. А. Максимцев [и др.] ; под редакцией И. А. Максимцева, Н. А. Горелова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 467 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-99951-8. — URL : <https://urait.ru/bcode/468655>.

б) дополнительная литература:

5. *Божук, С. Г. Маркетинговые исследования* : учебник для вузов / С. Г. Божук. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 304 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08764-2. — URL : <https://urait.ru/bcode/470338>.

6. *Исаева, О. М. Управление человеческими ресурсами* : учебник и практикум для вузов / О. М. Исаева, Е. А. Припорова. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 178 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14873-2. — URL : <https://urait.ru/bcode/484241>.

7. *Коноваленко, М. Ю. Психология управления персоналом* : учебник для вузов / М. Ю. Коноваленко, А. А. Соломатин. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 369 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01091-6. — URL : <https://urait.ru/bcode/468788>.

8. *Мансуров, Р. Е. Настольная книга директора по персоналу* : практическое пособие / Р. Е. Мансуров. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 384 с. — (Профессиональная практика). — ISBN 978-5-534-08165-7. — URL : <https://urait.ru/bcode/468722>.

9. *Одегов, Ю. Г. Аутсорсинг и аутстаффинг в управлении персоналом* : учебник и практикум для вузов / Ю. Г. Одегов, Ю. В. Долженкова, С. В. Малинин. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 389 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01055-8. — URL : <https://urait.ru/bcode/468712>.

10. *Организационная культура* : учебник и практикум для вузов / В. Г. Смирнова [и др.] ; под редакцией В. Г. Смирновой. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 306 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01440-2. — URL : <https://urait.ru/bcode/469216>.

11. *Управление персоналом. Рынок труда* : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Е. Б. Яковлева [и др.] ; под редакцией Е. Б. Яковлевой. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 252 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-14401-7. — URL : <https://urait.ru/bcode/477534>.

в) перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

12. *Российская государственная библиотека* [Электронный ресурс] / Центр информ. технологий РГБ; ред. Власенко Т. В. ; Web-мастер Козлова Н. В. — Электрон. дан. — М. : Рос. гос. б-ка, 1997 — Режим доступа: <http://www.rsl.ru> , свободный. — Загл. с экрана. — Яз. рус., англ., свободный (дата обращения 20.01.2021).



13. **Библиотека СПбГУ ГА** [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://spbguga.ru/objects/e-library/> , свободный (дата обращения 20.01.2021).

г) программное обеспечение (лицензионное, свободно распространяемое), базы данных, информационно-справочные и поисковые системы:

14. **Консультант Плюс** [Электронный ресурс]: официальный сайт компании Консультант Плюс. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru> , свободный (дата обращения 20.01.2021).

15. **Гарант** [Электронный ресурс] официальный сайт компании Гарант. - Режим доступа: <https://www.garant.ru/> , свободный (дата обращения 20.01.2021).

## 7 Материально-техническое обеспечение дисциплины

Для обеспечения учебного процесса и в зависимости от вида проводимых занятий используется следующее материально-техническое обеспечение дисциплины.

Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения
Учебная аудитория № 365 имени д.и.н., профессора, члена-корреспондента международной академии транспорта Булкина А.К.	Комплект учебной мебели: парты и стулья (местность: 40 посадочных мест). МОК (мультимедийный обучающий комплекс) - компьютер, проектор, экран.	Microsoft Windows 7 Professional Microsoft Windows Office Professional Plus 2007 Acrobat Professional 9 Windows International Kaspersky Anti-Virus Suite для WKS и FS Konsi- SWOT ANALYSIS Konsi - FOREXSAL
Методический кабинет кафедры истории и управления персоналом № 363	Комплект учебной мебели: парты и стулья (местность: 20 посадочных мест). МОК (мультимедийный обучающий комплекс) - компьютер, проектор, экран.	

В соответствии с расписанием учебные занятия также проводятся в других аудиториях Университета, в том числе, поточных аудиториях, оснащенных оборудованием, аналогичным оборудованию аудиторий 365 и 363.

Компьютерный класс (ауд. 139) с выходом в сеть «Интернет», оснащенный компьютерами и оргтехникой, обеспечивает обучающихся во время самостоятельной подготовки рабочими местами и доступом в электронную информационно-образовательную среду Университета. Для организации самостоятельной работы обучающихся также используются:

библиотечный фонд Университета; читальный зал библиотеки с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Университета (ауд. 125).

## **8 Образовательные и информационные технологии**

В рамках изучения дисциплины предполагается использовать следующие образовательные технологии.

*Входной контроль* проводится преподавателем в начале изучения дисциплины с целью коррекции процесса усвоения студентами дидактических единиц при изучении базовых дисциплин.

*Лекция* составляет основу теоретического обучения в рамках дисциплины и направлена на систематизированное изложение накопленных и актуальных научных знаний. На лекции концентрируется внимание обучающихся на наиболее сложных и узловых вопросах, стимулируется их активная познавательная деятельность. Ведущим методом в лекции выступает устное изложение учебного материала, который сопровождается одновременной демонстрацией слайдов, созданных в среде PowerPoint, при необходимости привлекаются открытые Интернет-ресурсы, а также демонстрационные и наглядно-иллюстрационные материалы, видеоматериалы.

*Практические занятия* по дисциплине проводятся в соответствии с учебно-тематическим планом по отдельным группам. Цель – закрепить теоретические знания, полученные обучающимися на лекциях и в результате самостоятельного изучения соответствующей рекомендуемой литературы, а также приобрести начальные практические навыки в научно-исследовательской работе. Рассматриваемые в рамках практического занятия примеры и проблемы имеют профессиональную направленность и содержат элементы, необходимые для формирования компетенций в рамках профессиональной подготовки бакалавра.

*Самостоятельная работа студента* является составной частью учебной работы. Ее основной целью является формирование навыка самостоятельного приобретения знаний по некоторым не особо сложным вопросам теоретического курса, закрепление и углубление полученных знаний, самостоятельная работа со справочниками, периодическими изданиями и научно-популярной литературой, в том числе находящимися в глобальных компьютерных сетях.

Контактная работа со студентами также может включать интерактивные формы образовательных технологий. В рамках изучения дисциплины предполагается использовать следующие информационные технологии: электронные ресурсы, технологии Internet, электронная почта, издательские системы (Microsoft Word), электронные таблицы (Microsoft Excel), технологии мультимедиа (PowerPoint).

*Курсовая работа*, выполняемая в рамках самостоятельной работы

обучающихся, должна представлять собой самостоятельное и законченное научное исследование с элементами практической значимости, с результатами научно-исследовательской деятельности обучающихся.

Таким образом, практические занятия и курсовая работа являются составляющими практической подготовки обучающихся, так как предусматривают их участие в выполнении отдельных элементов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

## **9 Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины**

Уровень и качество знаний обучающихся оцениваются по результатам текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины. Текущий контроль успеваемости обучающихся включает следующие оценочные средства.

*Устные опросы* проводятся на практических занятиях с целью контроля усвоения теоретического материала, излагаемого на лекции.

*Тесты*, выдаваемые на самостоятельную работу, преследуют собой цель своевременного выявления плохо усвоенного материала дисциплины для последующей корректировки или организации обязательной консультации.

*Доклады* (научные сообщения, выступления с наглядной презентацией информации) обсуждаются в рамках практических занятий по темам дисциплины. Преподаватель, как правило, выступает в роли консультанта при заслушивании докладов, осуществляет контроль полученных обучающимися результатов. Преподаватель следит, чтобы выступление не сводилось к простому воспроизведению текста. Выступление должно строиться свободно, убедительно и аргументировано. При этом обучающийся может обращаться к своим записям, приводить выдержки из периодической печати, сайтов интернета и т. д.

*Учебные задания*, выдаваемые для самостоятельного выполнения обучающимися, содержат требования выполнить какие-либо теоретические или практические учебные действия. Учебные задания предполагают активизацию знаний, умений и навыков, либо – актуализацию ранее усвоенного материала.

*Защита курсовой работы* – форма контроля знаний, умений и навыков обучающихся, направленная на демонстрацию обучающимися: знаний научных и информационных источников, справочной и энциклопедической литературы; умений работать с объектами изучения (исследования), логично и грамотно излагать собственные умозаключения и выводы, обосновывать и строить априорную модель изучаемого объекта или процесса; навыков создания содержательной презентации выполненной работы. Оценочным средством являются темы курсовых работ, которые приведены в п. 9.3.

Промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины проводится в

виде защиты курсовой работы и экзамена в 3 семестре. К моменту проведения промежуточной аттестации должны быть успешно пройдены предыдущие формы контроля. Промежуточная аттестация позволяет оценить уровень освоения компетенций за весь период изучения дисциплины. Билет на экзамене включает два теоретических вопроса и один практический вопрос.

### **9.1 Балльно-рейтинговая оценка текущего контроля успеваемости и знаний студентов по дисциплине**

Не применяется.

### **9.2 Методические рекомендации по проведению процедуры оценивания знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций**

Процедура оценивания знаний, умений и навыков, характеризующих этапы формирования компетенций, предусматривает текущий контроль успеваемости обучающихся и промежуточную аттестацию по итогам освоения дисциплины. При этом фонд оценочных средств включает следующие оценочные средства и шкалы оценивания.

Оценочные средства	Шкалы оценивания*
Текущий контроль успеваемости обучающихся	
Тест	<p>«Отлично»: правильные ответы даны на не менее чем 85 % вопросов.                      «Хорошо»: правильные ответы даны на не менее чем 75 % вопросов.                      «Удовлетворительно»: правильные ответы даны на не менее чем 60 % вопросов.                      «Неудовлетворительно»: правильные ответы даны на 59% и менее вопросов.</p>
Устный опрос	<p>«Отлично»: обучающийся четко и ясно, по существу дает ответ на поставленный вопрос.                      «Хорошо»: обучающийся дает ответ на поставленный вопрос по существу и правильно отвечает на уточняющие вопросы.                      «Удовлетворительно»: обучающийся не сразу дал верный ответ, но смог дать его правильно при помощи ответов на наводящие вопросы.                      «Неудовлетворительно»: обучающийся отказывается отвечать на поставленный вопрос, либо отвечает на него неверно и при формулировании дополнительных (вспомогательных) вопросов.</p>
Доклад	<p>«Отлично»: обучающийся делает доклад, полностью соответствующий требованиям.                      «Хорошо»: обучающийся делает доклад, частично соответствующий требованиям.                      «Удовлетворительно»: обучающийся делает доклад, частично соответствующий требованиям с незначительными ошибками.                      «Неудовлетворительно»: обучающийся делает доклад либо частично соответствующий требованиям со значительными ошибками, либо полностью несоответствующий требованиям.</p>

Оценочные средства	Шкалы оценивания*
	Требования к докладу определяются индивидуально исходя из темы исследования.
Учебное задание	<p>Оценка «отлично» ставится в том случае, если: задание выполнено полностью, в соответствии с поставленными требованиями; при ответе обучающийся демонстрирует знание программного материала; ответ обучающегося аргументирован.</p> <p>Оценка «хорошо» ставится в том случае, если: задание выполнено полностью, в соответствии с поставленными требованиями; при ответе обучающийся демонстрирует знание программного материала; ответ обучающегося аргументирован; если в задании и (или) ответах имеются ошибки, то они незначительны.</p> <p>Оценка «удовлетворительно» ставится в том случае, если: задание выполнено полностью, в соответствии с поставленными требованиями; при ответе обучающийся в недостаточной степени демонстрирует знание программного материала; ответ обучающегося в недостаточной степени аргументирован; если в задании и (или) ответах имеются несущественные ошибки.</p> <p>Оценка «неудовлетворительно» ставится в том случае, если: обучающийся не выполнил задания, или результат выполнения задания не соответствует поставленным требованиям; обучающийся демонстрирует незнание программного материала; обучающийся не может аргументировать свой ответ; в заданиях и (или) ответах имеются существенные ошибки.</p>

\*К моменту прохождения промежуточной аттестации обучающийся должен получить «отлично», «хорошо» или «удовлетворительно» за участие по крайней мере в 50 % фонда оценочных средств.

### 9.3 Темы курсовых работ (проектов) по дисциплине

Тематика курсовых работ базируется на разработке рекомендаций по развитию, оптимизации и совершенствованию системы управления персоналом организации.

Обучающиеся (совместно с преподавателем) в ходе выполнения курсовых работ могут конкретизировать тему из данного перечня (либо иную тему, предложенную обучающимся самостоятельно и согласованную с преподавателем) на примере выбранных организаций.

1 Формирование и развитие маркетингового подхода к управлению персоналом организации воздушного транспорта.

2 Маркетинг персонала в системе стратегического управления персоналом организации воздушного транспорта.

3 Маркетинг персонала в организационной системе управления предприятия воздушного транспорта.

4 Маркетинг персонала в организационной структуре службы управления персоналом предприятия воздушного транспорта.

5 Применение функционального подхода при управлении маркетингом персонала организации воздушного транспорта.

6 Профессионально-этические аспекты маркетинга персонала организации воздушного транспорта.

7 Сравнительный анализ отечественного и зарубежного опыта маркетинга персонала организаций воздушного транспорта.

8 Безработица и регулирование занятости населения как факторы внешнего воздействия на персонал организации воздушного транспорта.

9 Анализ внешнего рынка труда и кадровой ситуации в регионе в сфере воздушного транспорта.

10 Характеристика предложения и спроса на персонал на рынке труда в сфере воздушного транспорта.

11 Основные направления проведения организацией воздушного транспорта маркетинговых исследований рынка труда.

12 Конкурентный анализ на рынке труда в сфере воздушного транспорта.

13 Факторный анализ как метод сегментирования рынка труда в сфере воздушного транспорта.

14 Кластерный анализ как метод сегментирования рынка труда в сфере воздушного транспорта.

15 Система законодательно-нормативного регулирования маркетинга персонала организации в сфере воздушного транспорта.

16 Влияние конъюнктуры рынка на формирование требований к работникам и работодателям и сегментацию рынка труда в сфере воздушного транспорта.

17 Оценка соответствия работников организации воздушного транспорта требованиям, предъявляемым на рынке труда.

18 Задачи кадровой службы на различных этапах жизненного цикла организации воздушного транспорта.

19 Социальные потребности и мотивационная структура потенциальных сотрудников организации воздушного транспорта.

20 Взаимосвязь маркетинга персонала с кадровой политикой организации воздушного транспорта.

21 Маркетинг персонала как философия развития персонала организации воздушного транспорта.

22 Влияние стратегий функционирования и развития организации воздушного транспорта на кадровую политику.

23 Применение маркетинговых инструментов в управлении персоналом при планировании карьеры сотрудника организации воздушного транспорта.

24 Маркетинг системы оплаты труда персонала организации воздушного транспорта.

25 Влияние кадрового потенциала организации воздушного транспорта на обеспечение потребности в персонале.

26 Влияние факторов внешней и внутренней среды на обеспеченность потребности организации воздушного транспорта в персонале.

27 Роль коммуникационной функции маркетинга персонала в создании внутриорганизационных связей (на примере организации воздушного транспорта).

28 Количественная и качественная оценка потребности в персонале организации воздушного транспорта.

29 Формирование требований к профессии, должности и рабочему месту со стороны работодателя и кандидата на вакантную должность (на примере организации воздушного транспорта).

30 Планирование численности и расходов на персонал организации воздушного транспорта.

31 Роль и методы прогнозирования в маркетинге персонала организации воздушного транспорта.

32 Применение маркетинговых инструментов при отборе, подборе и наборе персонала организации воздушного транспорта.

33 Лизинг персонала как источник покрытия потребности организации воздушного транспорта в трудовых ресурсах.

34 Преимущества и недостатки применения аутсорсинга персонала в организациях воздушного транспорта.

35 Профессиографический анализ рабочего места сотрудника организации воздушного транспорта.

36 Разработка и функционирование маркетинговой информационной системы при управлении персоналом организации воздушного транспорта.

37 Роль коммуникационной функции маркетинга персонала в создании имиджа организации воздушного транспорта.

38 Позиционирование и имидж организации воздушного транспорта на рынке труда.

39 Роль организационной культуры в сохранении «профессионального ядра» предприятия воздушного транспорта.

40 Реклама и ее роль в управлении персоналом организации воздушного транспорта.

41 Выбор целесообразных направлений позиционирования и репозиционирования организации-работодателя на рынке труда в сфере воздушного транспорта.

42 Разработка и реализация маркетинговой концепции управления персоналом организации воздушного транспорта.

43 Составляющие и тенденции формирования маркетинговой среды как фактора управления персоналом организации воздушного транспорта.

44 Реализация этапов процесса маркетинга персонала организации воздушного транспорта.

45 Разработка плана маркетинга персонала организации воздушного транспорта.

46 Контроль и аудит в маркетинге персонала организации воздушного транспорта.

47 Расчет затрат и оценка эффективности работы персонала организации

воздушного транспорта.

48 Расчет затрат, обоснование эффектов и оценка эффективности при проведении маркетинговых мероприятий в управлении персоналом организации воздушного транспорта.

49 Разработка методики оценки качества и эффективности внешнего маркетинга персонала организации воздушного транспорта.

50 Разработка методики оценки качества и эффективности внутреннего маркетинга персонала организации воздушного транспорта.

#### **9.4 Контрольные вопросы для проведения входного контроля остаточных знаний по обеспечивающим дисциплинам**

По дисциплине «Управление персоналом организации» (2):

1 Понятие и структура персонала организации.

2 Трудовой (кадровый) потенциал организации.

3 Структура, показатели и факторы численности персонала организации.

4 Качественные характеристики персонала.

5 Основные методы отбора кандидатов на замещение вакансий на интернациональных предприятиях.

#### **9.5 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания**

Показатели и критерии оценивания компетенций на различных этапах их формирования

Этапы формирования компетенций	Показатели оценивания компетенций	Критерии оценивания компетенций	Шкала оценивания компетенций*
Этап формирования знаний	Полнота, системность, прочность знаний	– Приобретенные знания излагаются в устной, письменной или графической форме в полном объеме, в системном виде, в соответствии с требованиями учебной программы; допускаются единичные несущественные ошибки, самостоятельно исправляемые студентами	«5» - «отлично»
		– Приобретенные знания излагаются в устной, письменной или графической форме в полном объеме, в системном виде, с несущественными отклонениями от требований учебной программы; допускаются единичные несущественные ошибки, исправляемые студентами после указания преподавателя на них	«4» - «хорошо»
		– Приобретенные знания излагаются в устной, письменной или графической форме неполно или не системно с существенными отклонениями от	«3» - «удовлетворительно»



Этапы формирования компетенций	Показатели оценивания компетенций	Критерии оценивания компетенций	Шкала оценивания компетенций*
		требований учебной программы; допускаются отдельные несущественные ошибки, исправляемые студентами после указания преподавателя на них	
		– Приобретенные знания излагаются в устной, письменной или графической форме неполно и не системно с существенными отклонениями от требований учебной программы; допускаются существенные ошибки, не исправляемые студентами после указания преподавателя на них	«2» - «неудовлетворительно»
	Обобщенность знаний	– Свободное применение операций анализа и синтеза, выявление причинно-следственных связей; формулировка выводов и обобщений; свободное оперирование известными фактами и сведениями с использованием информации из других предметов	«5» - «отлично»
		– Применение операций анализа и синтеза в ограниченном объеме, выявление причинно-следственных связей с несущественными ошибками; формулировка выводов и обобщений, но с неточностями или с небольшими недочётами; подтверждение изученного известными фактами и сведениями	«4» - «хорошо»
		– Трудности при определении существенных признаков изученного материала; выявление причинно-следственных связей с существенными ошибками; нечеткая формулировка выводов и обобщений; изученный материал не подтверждается известными фактами и сведениями	«3» - «удовлетворительно»
		– Бессистемное выделение случайных признаков изученного; неумение производить простейшие операции анализа и синтеза; делать обобщения, выводы	«2» - «неудовлетворительно»
Этап освоения умений	Степень самостоятельности и выполнения действия (умения)	– Свободное применение умений на практике в различных ситуациях (выполнение необходимых действий)	«5» - «отлично»
		– Применение умений на практике в различных ситуациях (выполнение необходимых действий) с незначительными ошибками, которые студенты сами исправляют	«4» - «хорошо»
		– Применение умений на практике в различных ситуациях (выполнение необходимых действий) только в знакомой ситуации, по заданному алгоритму, с опорой на подсказки преподавателя	«3» - «удовлетворительно»
		– Неспособность продемонстрировать освоение умений либо значительные затруднения при применении умений (выполнении действий)	«2» - «неудовлетворительно»

Этапы формирования компетенций	Показатели оценивания компетенций	Критерии оценивания компетенций	Шкала оценивания компетенций*	
			»	
	Осознанность выполнения действия (умения)	– Свободное комментирование выполняемых действий (умений), правильные ответы на вопросы преподавателя	«5» - «отлично»	
		– При комментировании выполняемых действий (умений) имеются не значительные пропуски, негрубые ошибки, – небольшие затруднения при ответах на вопросы преподавателя	«4» - «хорошо»	
		– Существенные затруднения при комментировании выполняемых действий (умений) или допущение грубых ошибок в ответах на вопросы преподавателя	«3» - «удовлетворительно»	
		– Неспособность прокомментировать выполняемые действия (умения) и допущение грубых ошибок в ответах на вопросы преподавателя	«2» - «неудовлетворительно»	
Этап овладения навыками	Демонстрация навыка в незнакомой ситуации	– Демонстрация владения навыком в незнакомой (новой, нетипичной) ситуации, выполнение заданий творческого уровня	«5» - «отлично»	
		– Демонстрация владения навыком в незнакомой (новой, нетипичной) ситуации, уклонение от выполнения заданий творческого уровня	«4» - «хорошо»	
		– Неуверенная демонстрация владения навыком в незнакомой (новой, нетипичной) ситуации, несамостоятельное выполнение заданий творческого уровня	«3» - «удовлетворительно»	
		– Невозможность продемонстрировать навык в незнакомой (новой, нетипичной) ситуации, неспособность выполнить задания творческого уровня	«2» - «неудовлетворительно»	
	Отбор и интеграция знаний и умений для формирования навыков	– Отбор и интеграция знаний и умений исходя из поставленных целей, проведение самоанализа и самооценки при демонстрации навыка	«5» - «отлично»	
		– Отбор и интеграция знаний и умений исходя из поставленных целей, с опорой на преподавателя, проведение неглубокого самоанализа и поверхностной самооценки при демонстрации навыка	«4» - «хорошо»	
		– Затруднения при отборе и интеграции знаний и умений исходя из поставленных целей, отсутствие самоанализа и самооценки при демонстрации навыка	«3» - «удовлетворительно»	
		– Неверный отбор и ошибочная интеграция	«2» - «неудовлет	

Этапы формирования компетенций	Показатели оценивания компетенций	Критерии оценивания компетенций	Шкала оценивания компетенций*
		несистемных знаний и умений исходя из поставленных целей, отсутствие навыка	ворительно»

\*Окончательная оценка по «академической» шкале определяется в результате округления в большую сторону средней оценки всех показателей оценивания каждого этапа формирования компетенций.

### Описание показателей, критериев и шкалы оценивания курсовой работы

Показатели оценивания	Критерии оценивания	Шкала оценивания*
Теоретическая часть	<ul style="list-style-type: none"> <li>- обоснованы актуальность, новизна темы</li> <li>- определены верно цели и задачи курсовой работы</li> <li>- изложен материал логично и последовательно</li> <li>- продемонстрировано умение поиска, оценки и использования необходимой информации</li> <li>- оценены сильные и слабые стороны в позиции авторов и пр.</li> </ul>	«5» - «отлично»
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- допущены незначительное число недочетов и смысловых ошибок в обосновании актуальности, новизны и в определении целей и задач курсовой работы</li> <li>- незначительно нарушено логичное и последовательное изложение материала</li> <li>- продемонстрировано умение поиска, оценки и использования необходимой информации</li> <li>- сделана попытка оценить сильные и слабые стороны в позиции авторов.</li> </ul>	«4» - «хорошо»
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- допущены значительные недочеты и смысловые ошибки в обосновании актуальности, новизны и в определении целей и задач курсовой работы (проекта)</li> <li>- изложен материала с нарушениями последовательности и логики</li> <li>- использован недостаточный объем необходимой информации.</li> </ul>	«3» - «удовлетворительно»
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- отсутствует актуальность и новизна работы</li> <li>- цели и задачи курсовой работы (проекта) определены неверно</li> <li>- изложен материал непоследовательно и нелогично</li> <li>- использована информация, не соответствующая теме курсовой работы.</li> </ul>	«2» - «неудовлетворительно»
Практическая (прикладная, проектная) часть	<ul style="list-style-type: none"> <li>- показаны умение и навыки оценки и применения подходов, моделей, способов для описания, расчетов и оценки показателей</li> <li>- глубоко и всесторонне проанализированы динамика показателей, явлений и тенденций</li> <li>- обоснованы и выполнены расчеты правильно на 90-100 %.</li> </ul>	«5» - «отлично»
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- показаны умение и навыки оценки и применения подходов, моделей, способов для описания, расчетов и оценки показателей</li> <li>- сделана попытка проанализировать динамику показателей,</li> </ul>	«4» - «хорошо»

Показатели оценивания	Критерии оценивания	Шкала оценивания*
	<p>явлений и тенденций</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- обоснованы и выполнены расчеты правильно на 80-90 %.</li> </ul>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- показаны слабые умения и навыки применения подходов, моделей, способов для описания, расчетов и оценки показателей</li> <li>- сделана попытка проанализировать динамику показателей, явлений и тенденций</li> </ul>	«3» - «удовлетворительно»
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- обоснованы и выполнены расчеты правильно на 70-80 %.</li> <li>- не продемонстрированы умения и навыки применения подходов, моделей, способов для описания, расчетов и оценки показателей</li> <li>- отсутствует анализ динамики показателей, явлений и тенденций</li> <li>- обоснованы и выполнены расчеты правильно на менее чем на 70 %.</li> </ul>	«2» - «неудовлетворительно»
Выводы	Выводы грамотно сформулированы и обоснованы.	«5» - «отлично»
	Выводы сформулированы с небольшими неточностями.	«4» - «хорошо»
	Выводы сформулированы со значительными неточностями или не все выводы сформулированы.	«3» - «удовлетворительно»
	Выводы не сформулированы.	«2» - «неудовлетворительно»
Использованные источники	<ul style="list-style-type: none"> <li>- использованные источники подобраны грамотно</li> <li>- их количество соответствует требованиям к курсовой работе</li> <li>- использованы зарубежные источники.</li> </ul>	«5» - «отлично»
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- использованные источники подобраны грамотно</li> <li>- их количество соответствует требованиям к курсовой работе.</li> </ul>	«4» - «хорошо»
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- использованные источники подобраны небрежно</li> <li>- их количество меньше, чем соответствует требованиям.</li> </ul>	«3» - «удовлетворительно»
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- использованные источники не соответствуют теме курсовой работы.</li> </ul>	«2» - «неудовлетворительно»
Оформление	Курсовая работа оформлена аккуратно согласно требованиям к оформлению без орфографических и грамматических ошибок.	«5» - «отлично»
	Курсовая работа оформлена аккуратно согласно требованиям к оформлению с небольшим количеством орфографических или грамматических ошибок.	«4» - «хорошо»
	Курсовая работа не соответствует требованиям к оформлению, оформлена неаккуратно и с большим количеством орфографических и грамматических ошибок.	«3» - «удовлетворительно»
	Оформление курсовой работы не соответствует требованиям. Большое количество орфографических и грамматических	«2» - «неудовлет

Показатели оценивания	Критерии оценивания	Шкала оценивания*
	ошибок.	«ворительн о»
Своевременно выполнения	Курсовая работа (проект) выполнена и сдана на проверку своевременно.	«5» - «отлично»
	Курсовая работа (проект) выполнена и сдана на проверку своевременно.	«4» - «хорошо»
	Курсовая работа (проект) выполнена и сдана на проверку позже указанного срока.	«3» - «удовлетво рительно»
	Курсовая работа (проект) выполнена и сдана на проверку позже указанного срока.	«2» - «неудовлет ворительн о»
Защита	- представлены результаты курсовой работы доступно и ясно - ответы на вопросы полные, глубокие - интерпретированы полученные результаты, доказана их значимость и валидность - продемонстрированы самостоятельное и творческое мышление.	«5» - «отлично»
	- представлены результаты курсовой работы доступно и ясно - ответы на вопросы полные, но неглубокие - интерпретированы полученные результаты с незначительными неточностями, доказана их значимость и валидность - продемонстрированы самостоятельное, но не творческое мышление.	«4» - «хорошо»
	- доложены с трудом результаты курсовой работы - ответы на вопросы неполные - не оценены полученные результаты и интерпретированы со значительными неточностями.	«3» - «удовлетво рительно»
	- не представлены результаты курсовой работы - нет ответов на вопросы или ответы неверны.	«2» - «неудовлет ворительн о»

\*Окончательная оценка по «академической» шкале определяется в результате округления в большую сторону средней оценки всех показателей оценивания.

## **9.6 Типовые контрольные задания для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам обучения по дисциплине**

### **9.6.1 Примерные контрольные задания для проведения текущего контроля успеваемости**

#### **Тесты по темам дисциплины**

#### **Тема 1. Содержание и развитие маркетинга персонала**

1. Маркетинг персонала – это...

А. Вид управленческой деятельности, направленный на удовлетворение потребностей сторон в процессе их трудовых отношений путем эквивалентного обмена в различных формах.

В. Это процесс планирования и воплощения замысла, ценообразование, продвижение и реализация идей, товаров и услуг посредством обмена, удовлетворяющего цели отдельных лиц и организаций.

С. Сложный механизм, его действия и его структура определяют взаимодействие спроса и предложения рабочей силы, влияющие на занятость населения и безработицу, результаты деятельности хозяйствующих субъектов и т.д.

Ответ: А.

2. Маркетинг персонала как систему необходимо рассматривать с точки зрения...

А. Только работодателя.

В. Работодателя и наемного работника.

С. Только наемного работника.

Ответ: В.

3. Назовите виды маркетинга персонала.

А. Внешний и внутренний.

В. Поверхностный и глубинный.

С. Плановый и фактический.

Ответ: А.

4. Рынок труда в узком смысле – это...

А. Система отношений, возникающих в рамках социального мира и согласия между работодателями и наемными работниками с участием государственных и общественных организаций на основе спроса и предложения по поводу оплаты и условий труда, соц. гарантий и т.д.

В. Взаимодействие спроса на труд и его предложения, в результате которого устанавливается определенный уровень оплаты труда и формируются социально-экономические условия трудовой деятельности.

С. Процесс разделения работодателей и продавцов труда на группы по объединяющим их признакам.

Ответ: В.

5. Что НЕ относится к маркетинговым инструментам в управлении персоналом?

А. Комплекс 4Р.

В. SWOT-анализ.

С. Аудит финансово-хозяйственной деятельности.

Ответ: С.

6. Универсальный активный фактор производства, посредством которого имеющиеся ресурсы преобразуются в экономические блага – это...

- А. Труд.
- В. Предпринимательство.
- С. Капитал.

Ответ: А.

7. Умение демонстрировать окружающим свои лучшие качества, манеры поведения, речи и поступки для продвижения на рынке труда – это...

- А. Самопрезентация.
- В. Самомаркетинг.
- С. Самореклама.

Ответ: В.

8. Определение качественной и количественной потребности в персонале и ее оперативное удовлетворение – это ...

- А. Цель маркетинга персонала.
- В. Задача маркетинга персонала.
- С. Идеология маркетинга персонала.

Ответ: А.

9. Что не входит в маркетинговый контроль (аудит) организации?

- А. Контроль рынка труда на макроуровне.
- В. Стратегический внутриорганизационный контроль.
- С. Контроль прибыльности фирмы.

Ответ: А.

10. Маркетинг персонала (в узком смысле) – это...

А. Особая функция службы управления персоналом, направленная на выявление и покрытие потребности организации в персонале на основе исследования информации о состоянии персонала организации и рынка труда.

В. Процесс определения наиболее существенных связей среди людей, задач и видов деятельности с целью интеграции и координации организационных ресурсов для эффективного выполнения поставленных целей.

С. Процесс планирования и воплощения замысла, ценообразование, продвижение и реализация идей, товаров и услуг посредством обмена, удовлетворяющего цели отдельных лиц и организаций

Ответ: А.

## **Тема 2. Теоретические основы маркетинга персонала**

1. Назовите функцию маркетинга персонала, предметом которой является исследование рынка труда.

- А. Аналитическая.
- В. Информационная.
- С. Коммуникационная.

Ответ: А.

2. Способности и возможности работников реализовать свои умения для обеспечения жизнедеятельности фирмы, компании, завода или любого другого субъекта производства – это...

- А. Трудовой потенциал.
- В. Кадровый потенциал.
- С. Человеческий капитал.

Ответ: В.

3. Какая функция маркетинга персонала заключается в создании информационного базиса, который представляет собой основу планирования в области сегментирования рынка труда и коммуникация по ценовым группам?

- А. Аналитическая.
- В. Информационная.
- С. Коммуникационная.

Ответ: В.

4. Объектом маркетинга персонала является ...

- А. Собственник предприятия.
- В. Рынок труда.
- С. Персонал организации.

Ответ: С.

5. Набор правил, положений, который принят в организации, и который должны соблюдать сотрудники этой организации – это...

- А. Идеология организации.
- В. Организационная культура.
- С. Устав организации.

Ответ: В.

6. Выполнение работы в свободное от основной работы время – это...

- А. Совмещение.
- В. Подработка.
- С. Совместительство

Ответ: С.

7. Что характеризует рабочую силу?

- А. Образованность.



- В. Состояние здоровья.
- С. Социальные качества.
- Д. Все перечисленное.

Ответ: D.

8. К функциям маркетинга персонала относят:
- А. Аналитическую, информационную, коммуникационную.
  - В. Аналитическую, коммуникационную, презентационную.
  - С. Коммуникационную, информационную, этическую.

Ответ: А.

9. На какие два уровня разумно разбить формирование маркетинговой деятельности в области персонала?

- А. Стратегический, тактический и оперативный.
- В. Внешний и внутренний.
- С. Основной и дополнительный.

Ответ: А.

10. Назовите функцию маркетинга персонала, назначение которой, – установление и реализация путей покрытия потребностей в персонале, а так же предоставление преимуществ организации как работодателя.

- А. Коммуникационная.
- В. Аналитическая.
- С. Информационная.

Ответ: А.

### **Тема 3. Функциональная структура маркетинга персонала**

1. Система «маркетинг персонала» включает:

- А. Субъекты и объекты управления маркетингом персонала.
- В. Применяемые в управлении персонал-маркетинговые инструменты, методы, средства.
- С. Связи между элементами системы.
- Д. Все вышеперечисленное.

Ответ: D.

2. Взаимодействие системы «маркетинг персонала» с внешней средой осуществляется на уровнях:

- А. Материальном.
- В. Информационном.
- С. Энергетическом.
- Д. Материальном, информационном, энергетическом.

Ответ: D.

3. Назовите уровень исследования систем управления, на котором анализируется сверхсистема, в состав которой входит исследуемая система управления.

- A. Внешний.
- B. Исходный.
- C. Общесистемный.
- D. Системный.

Ответ: А.

4. Метод исследования, содержанием которого является совокупность приемов и закономерностей отдельных частей и предметов в единое целое – это...

- A. Синтез.
- B. Анализ.
- C. Индукция.

Ответ: А.

5. Метод научного исследования путем рассмотрения отдельных сторон, свойств, составных частей чего-либо – это...

- A. Синтез.
- B. Анализ.
- C. Дедукция.

Ответ: В.

6. Совокупные виды управленческой деятельности, отражающие сущность маркетингового подхода к реализации комплекса мероприятий по должному обеспечению организации трудовыми ресурсами за счет внешних и внутренних источников – это...

- A. Контроль маркетинга персонала.
- B. Планирование маркетинга персонала.
- C. Функции маркетинга персонала.

Ответ: С.

7. Набор правил, согласно которым предпринимаемые действия должны зависеть от обстоятельств – это...

- A. Стратегия.
- B. Тактика
- C. План

Ответ: А.

8. Аналитическая функция маркетинга персонала представляет собой:

A. Изучение и оценку внешней (в первую очередь рыночной) и внутренней среды фирмы.

В. Систему обмена данными, что позволяет специалистам по маркетингу персонала анализировать, планировать и реализовывать маркетинговые мероприятия.

С. Установление и реализацию путей покрытия потребности персонале.

Ответ: А.

9. Организационная структура системы маркетинга персонала характеризует:

А. Фиксированные взаимосвязи, которые существуют между подразделениями и работниками организации, выполняющими функции маркетинга персонала.

В. Принципы и методы управления персоналом.

С. Уровни управления организацией.

Ответ: А.

10. Функциональная структура маркетинга персонала организации – это:

А. Совокупность элементов – функций маркетинга персонала организации и связей между ними.

В. Совокупность функций управления персоналом.

С. Совокупность принципов и функций маркетинга персонала.

Ответ: А.

#### **Тема 4. Маркетинг персонала кадровой политики организации воздушного транспорта**

1. Какой показатель можно вычислить по формуле: прибыль/себестоимость?

А. Рентабельность.

В. Выручка.

С. Социальная эффективность.

Ответ: А.

2. Целостная система идей управления (направленных на решение управленческих задач), задает целевые и нормативные рамки функционирования и развития компании – это?

А. Ценности управления персоналом.

В. Идеология управления персоналом.

С. Стратегия управления персоналом.

Ответ: В.

3. Назовите типы кадровой политики.

А. Открытая и закрытая.

В. Экстравертная и интровертная.

С. Средняя и высокая.

Ответ: А.

4. Желаемый конечный результат, на который направлен процесс – это...

- А. Задача.
- В. Цель.
- С. Идеология.

Ответ: В.

5. Совокупность системных упорядоченных взглядов, выражающая интересы различных социальных классов и других социальных групп – это...

- А. Кредо.
- В. Мироззрение.
- С. Идеология.

Ответ: С.

6. К составляющим кадровой политики организации воздушного транспорта относят:

- А. Политика занятости.
- В. Политика обучения.
- С. Политика благосостояния.
- Д. Все перечисленное.

Ответ: D.

7. Кем в организации воздушного транспорта формируется кадровая политика?

- А. Субъектом управления организации.
- В. Внешними контролирующими органами.
- С. Представителем организации.

Ответ: А.

8. Кадровая политика организации воздушного транспорта представляет собой:

А. Совокупность целей и принципов, которые определяют направление и содержание работы с персоналом.

В. Искусство и науку правильно выбирать целевой рынок, привлекать, сохранять и наращивать количество потребителей.

С. Организационную структура управления маркетингом, в которой деятельность специалистов в структуре маркетинга компании организована, исходя из функций маркетинга (маркетинговые исследования, сбыт, реклама).

Ответ: А.

9. Какую кадровую политику характеризует данное определение: «Руководство не имеет программы действий в отношении персонала, а кадровая работа сводится к ликвидации негативных последствий». Для этой организации

характерно отсутствие прогноза кадровых потребностей, средств оценки труда и персонала, диагностики кадровой ситуации?

- А. Пассивную.
- В. Превентивную.
- С. Реактивную.

Ответ: А.

10. Пассивная кадровая политика предполагает:

- А. Контроль симптомов негативного состояния в работе с персоналом.
- В. Формирование и подготовку резервов кадров.
- С. Отсутствие прогноза кадровых потребностей, средство оценки труда

и персонала.

Ответ: С.

### **Тема 5. Кадровое планирование в маркетинге персонала организации воздушного транспорта**

1. Характеристика или описание будущего (желаемого) состояния системы – это...

- А. Организация.
- В. Планирование.
- С. Контроль.

Ответ: В.

2. Кадровое планирование в организации воздушного транспорта предполагает:

- А. Анализ потребности в персонале.
- В. Анализ и оценку производительности труда, нормирование труда.
- С. Анализ правового обеспечения системы управления персоналом.
- Д. Анализ затрат на персонал.
- Е. Верно все вышеперечисленное.

Ответ: Е.

3. Коэффициент интенсивности – это...

А. Отношение числа принятых за период к среднесписочному числу работников.

В. Отношение числа выбывших за период к среднесписочному числу работников.

С. Отношение числа работников, проработавших весь отчетный период, к числу работников на конец периода.

Ответ: А.

4. Количество рабочего времени, затраченного на единицу продукции – это...

- A. Производительность труда.
  - B. Трудоемкость.
  - C. Капиталоемкость.
- Ответ: B.

5. К основным элементам планирования персонала организации воздушного транспорта относят:

- A. Анализ состава персонала
  - B. Планирование потребности в персонале
  - C. Планирование развития персонала
  - D. Все перечисленное.
- Ответ: D.

6. Какую основную задачу выполняет кадровое планирование?

- A. Предоставление людям рабочих мест.
  - B. Проведение научного анализа социально-экономических процессов.
  - C. Анализ кадрового потенциала.
- Ответ: A.

7. Планирование – это:

- A. Функция управления, характеристика или описание будущего состояния управляемой системы.
  - B. Характеристика или описание будущего фактического состояния управляемой системы.
  - C. Составление прогнозов в организации.
- Ответ: A.

8. Сущность кадрового планирования заключается:

- A. В организации обучения кадров с целью усовершенствования знаний, умений и навыков в связи с повышением требований к профессии или должности.
- B. В экономии рабочей силы в результате совершенствования системы управления, совмещения профессий, роста производительности труда, сокращения потерь рабочего времени и т.п.
- C. В преобразовании имеющихся качественных характеристик персонала в результаты, способствующие достижению цели деятельности организации в настоящем и будущем.
- D. В предоставлении людям рабочих мест в нужный момент времени и необходимом количестве в соответствии с их способностями, склонностями и требованиями производства.

Ответ: D.

9. К числу кадровых мероприятий, реализуемых в процессе кадрового планирования в организации воздушного транспорта, относятся:

А. Разработка плана кадровых мероприятий для реализации конкретных целей и задач организации и каждого работника.

В. Обеспечение организации в нужное время, в нужном месте, в нужном количестве и с соответствующей квалификацией таким персоналом, который необходим для достижения целей.

С. Создание возможности должностного и профессионального роста работников.

Ответ: А.

10. По срокам кадровое планирование подразделяется:

А. На долгосрочное и краткосрочное.

В. На стратегическое и оперативное.

С. На сложное и простое.

Ответ: А.

## **Тема 6. Культура управления в маркетинге персонала организации воздушного транспорта**

1. Какой стиль управления характеризуется отсутствием активного участия руководителя в управлении коллективом?

А. Авторитарный.

В. Либеральный.

С. Демократический.

Ответ: В.

2. Сколько человек по норме управляемости оптимально для подчинения у одного руководителя высшего уровня управления?

А. 3–5.

В. 8–10.

С. 12–15.

Ответ: А.

3. Совокупность достижений человечества в производственном, общественном и духовном отношении – это...

А. Культура.

В. Научно-технический прогресс.

С. Искусство.

Ответ: А.

4. Совокупность моделей поведения, которые приобретены организацией воздушного транспорта в процессе адаптации к внешней среде и внутренней интеграции, показавших свою эффективность и разделяемых большинством членов организации – это...

А. Культура управления.

- В. Социально-психологический климат.
- С. Корпоративная культура.

Ответ: С.

5. Какие существуют стили управления?

- А. Авторитарный.
- В. Либеральный.
- С. Демократический.
- Д. Верно все вышеперечисленное.

Ответ: D.

6. Целенаправленно формируемый образ в целях широкой популяризации и рекламирования – это...

- А. Авторитет.
- В. Имидж.
- С. Престиж.

Ответ: В.

7. Функциями организационной культуры являются:

- А. Охранная функция.
- В. Регулирующая функция.
- С. Адаптивная функция.
- Д. Верно все вышеперечисленное.

Ответ: D.

8. Как звучит «Золотое правило этики»?

- А. «Поступайте с другими так, как не хотите, чтобы поступали с вами».
- В. «Поступайте с другими так, как хотите, чтобы поступали с вами».

Ответ: В.

9. Чем характеризуется либеральный стиль управления?

- А. Лидер, выполняя свои функции, всегда учитывает мнения ведомых, развивает их творческое отношение к делу.
- В. Отсутствием активного участия руководителя в управлении коллективом.

С. Минимальной степенью, с которой руководитель делегирует свои полномочия, его стремление достичь цели любой ценой, не оказывая никакого доверия сотрудникам.

Ответ: С.

10. Культура управления – это...

- А. Процесс подготовки, принятия и реализации решений.



В. Совокупность знаний, ценностей, норм и образцов, определяющих характер управленческой деятельности и управленческих отношений в обществе и организации.

С. Систематическое изучение и применение на практике знаний о том, как люди взаимодействуют в организации.

Ответ: В.

## **Тема 7. Реализация технологии маркетинга персонала в организации воздушного транспорта**

1. Первый этап реализации технологии маркетинга персонала предполагает:

А. Определение и анализ конкурентов на рынке труда.

В. Определение потребности в персонале.

С. Анализ внутренних ресурсов и способностей.

Ответ: В.

2. Совокупность методов и инструментов для достижения желаемого результата, включает в себя способы работы, ее режим, последовательность действий – это...

А. Технология.

В. Методология.

С. Методика.

Ответ: А.

3. Устойчивая и целенаправленная совокупность действий, которые по определенной технологии преобразуют входы в выходы для получения заранее определенных продуктов, результатов, представляющих ценность для потребителя – это...

А. Процедура.

В. Процесс.

С. Операция.

Ответ: В.

4. Технология управления характеризуется как:

А. Система операций, процедур, выполняемых руководителями, специалистами и техническими исполнителями в определенной последовательности с использованием необходимых методов и технических средств.

В. Технологический процесс системы, направленный на достижение цели, посредством управляемого преобразования продуктов операции.

С. Упорядоченная последовательность взаимосвязанных действий, выполняющихся с момента возникновения исходных данных до получения требуемого результата.

Ответ: А.

5. Какой этап не относится к этапу технологии маркетинга персонала?

А. «Анализ поведения соискателей рабочих мест на внешнем и внутреннем рынка труда. Формирование сегментов потенциальных работников».

В. «Анализ по группам товаров и комплексам потребителей».

С. «Анализ внутренних ресурсов и способностей».

Ответ: В.

6. Технология – это...?

А. Совокупность методов и инструментов для достижения желаемого результата. Включает в себя способы работы, ее режим, последовательность действий.

В. Инструмент управленческого учёта, который предполагает независимую оценку деятельности организации.

С. Результативность экономической системы, выражающаяся в отношении полезных конечных результатов ее функционирования к затраченным ресурсам.

Ответ: А.

7. Персонал-маркетинговый подход означает:

А. Все структуры и действия организации рассматриваются и оцениваются исходя из того, как они повлияют на его позицию на внешнем и внутреннем рынках персонала.

В. Организация активно, систематически и позитивно позиционирует себя на рынке труда.

С. Организация осуществляет поиск, отбор и поддержку пригодных работников.

Д. Верно все вышеперечисленное.

Ответ: D.

8. Привлекательность рабочего места складывается из факторов:

А. Способ реализовать свои возможности и добиться успеха.

В. Возможность обучения и повышения квалификации.

С. Гибкое рабочее время.

Д. Привлекательная заработная плата.

Д. Верно все вышеперечисленное.

Ответ: D.

9. При выборе методов анализа поведения кандидата на рынке труда прежде всего необходимо определить:

А. Основные факторы, влияющие на формирование решения кандидата по поводу рабочего места.

В. Возраст и профессиональные качества кандидата.

С. Уровень образования и место жительства кандидата.

Ответ: А.

10. Исследование персонала проводится:

А. На внешнем и внутреннем рынках труда.

В. Только на внешнем рынке труда.

С. Только на внутреннем рынке труда.

Ответ: А.

### **Тема 8. Контроль и эффективность маркетинга персонала в организации воздушного транспорта**

1. В чем заключается текущий контроль маркетинга персонала?

А. Проверка качества самого плана.

В. Контроль того, как исполнители реализуют исполнение плана.

С. Выявляются отклонения фактического состояния от планируемого, дается оценка качества и эффективности после реализации плана маркетинга персонала.

Ответ: В.

2. Проверка плана маркетинга персонала до реализации мероприятий – это...

А. Заключительный контроль.

В. Текущий контроль.

С. Предварительный контроль.

Ответ: С.

3. То насколько результат соответствует требованиям, предъявляемым продукту потребителем – это...

А. Качество.

В. Характеристика.

С. Эффективность.

Ответ: А.

4. Показатель, исчисляемый как отношение полученного результата к затратам ресурсов на его получение – это:

А. Эффект.

В. Качество.

С. Эффективность.

Ответ: С.

5. Контроль представляет собой:

А. Одну из базовых функций управления, обеспечивающую обратную связь в системе управления; характеристика фактического состояния управляемого объекта.

В. Описание того, как будет выполняться качественная и количественная потребность в персонале.

С. Характеристику соответствия управляемого объекта предъявляемым требованиям.

Ответ: А.

6. К этапам контроля маркетинга персонала НЕ относят:

А. Разработка стандартов

В. Принятие решений

С. Ни одно из перечисленных

Д. Все варианты

7. В зависимости от времени реализации персонал-маркетинговых мероприятий выделяют следующие виды контроля:

А. Предварительный, текущий, стратегический.

В. Предварительный, текущий, заключительный.

С. Стратегический, тактический, оперативный.

Ответ: В.

8. Аудит маркетинга персонала – это...

А. Систематическая, беспристрастная проверка и оценка рынка труда, деятельности конкурентов на рынке труда, а также персонал-маркетинговых действий предприятия.

В. Процесс измерения и оценки результатов реализации стратегий и планов маркетинга персонала, выполнения корректирующих действий, обеспечивающих достижение маркетинговых целей.

С. Это многомерная комплексная характеристика, отражающая прогнозные модели успешных объемов продажи с учетом качества маркетинга всех участников рыночного оборота, их социально-деловой активности и имиджа.

Ответ: А.

9. Функции заключительного контроля маркетинга персонала сфокусированы:

А. На получении информации, позволяющей скорректировать планы по предстоящей работе в аналогичном направлении в перспективе.

В. На формировании закона результата организации, то есть обеспечении связи между результативностью проведения работы и ее вознаграждением.

С. Верны оба варианта.

Ответ: С.

10. Элементами контроля маркетинга персонала организации воздушного транспорта являются:

- А. Объекты контроля.
  - В. Методы контроля.
  - С. Субъекты контроля (носители контроля).
  - Д. Время проведения контроля.
  - Е. Все перечисленные элементы.
- Ответ: Е.

**Примерный перечень контрольных вопросов, докладов и задания для проведения текущего контроля успеваемости по лекционным темам**

### **Тема 1. Содержание и развитие маркетинга персонала**

*Вопросы:*

- 1 Дайте определение понятия «маркетинг персонала» в широком и в узком смысле.
- 2 Что представляет собой производственный маркетинг?
- 3 Почему маркетинг персонала рассматривается как расширение функции производственного маркетинга?
- 4 Как маркетинг персонала связан с кадровой политикой организации?
- 5 Дайте характеристику внешнего и внутреннего маркетинга персонала.
- 6 В чем заключаются особенности маркетинга персонала, осуществляемого на макро-, мезо- и микро- уровнях?
- 7 Назовите основные направления маркетинга персонала.
- 8 Какие виды маркетинга персонала вы знаете?
- 9 Назовите основные факторы формирования технологий маркетинга персонала.
- 10 По каким направлениям осуществляется маркетинг персонала в кадровом агентстве?
- 11 Есть ли необходимость в самомаркетинге персонала?
- 12 Назовите основные этапы эволюции маркетинга персонала.
- 13 Какие исследователи внесли вклад в развитие маркетинга персонала?
- 14 Что понимается под международным маркетингом персонала?

*Темы докладов:*

1. Маркетинг персонала как метод управления предприятием.
2. Сущность и функции маркетинга и маркетингового управления в кадровом менеджменте.
3. Формирование и развитие маркетинговых подходов к управлению персоналом.
4. Обучение и развитие персонала как элементы коммуникационной

функции.

5. Учет маркетинговой информации в управлении персоналом.
6. Источники и формы обеспечения предприятия кадровой информацией.
7. Требования, предъявляемые к профессии, должности и рабочему месту при отборе кандидатов на вакантные должности.
8. Сущность и направления исследования рынка труда.
9. Разработка методических основ проведения маркетинговых исследований рынка труда.
10. Конъюнктура рынка труда и тенденции ее развития.
11. Исследование имиджа компании как работодателя.
12. Методы определения и удовлетворения потребности в персонале.
13. Источники привлечения и подбора персонала.
14. Повышение лояльности персонала в организации.
15. Современные методы деловой оценки персонала.
16. Методы сегментирования рынков труда.
17. Анализ эффективного использования персонала как элемент информационной функции маркетинга.
18. Мотивация и стимулирование труда работников предприятия с учетом ситуации на рынке труда.
19. Планирование деловой карьеры работников как элемент развития персонала.
20. Первичная и вторичная адаптация персонала как маркетинговые способы продвижения на рынке труда.
21. Программы командообразования как метод развития персонала.
22. Развитие маркетинговых технологий на внутрифирменном рынке труда.
23. Сущность и функции корпоративной культуры в продвижении персонала на рынке труда.
24. Отечественный и зарубежный опыт применения маркетинга персонала.
25. Оценка эффективности использования маркетинга персонала.

*Темы учебных заданий:*

- 1 Структура и функции системы планирования и маркетинга персонала организации.
- 2 Маркетинг персонала как расширение функции производственного маркетинга.
- 3 Внешний и внутренний маркетинг персонала.
- 4 Общегосударственный, региональный и организационный уровни маркетинга персонала.
- 5 Исторические аспекты становления и развития маркетинга персонала.

*Задания:*

*Задание 1.* Одной из важнейших задач обучения является приращение тезауруса на семантическом уровне восприятия и усвоения информации. В связи с этим составьте словарь понятий по данной теме в алфавитном порядке с представлением их толкований (определений). Укажите использованные достоверные и корректные (авторитетные) источники по каждому из приведенных толкований и определений понятий.

*Задание 2.* Представьте в виде схемы структурно-логическую связь выбранных понятий (с указанием при необходимости формул) из предыдущего задания по данной теме. При необходимости включите в схему дополнительные понятия, поясняющие и раскрывающие толкования, выбранных вами понятий.

*Задание 3<sup>2</sup>.* Деловая игра.

Цель игры: научить студентов (обучающихся) правильно определять и практически демонстрировать те навыки и характеристики, которые требуются для успешного устройства на работу в службу персонала.

Условия и правила игры: в учебной группе формируется отборочная комиссия из трех человек: преподавателя и двух студентов, остальные студенты выступают в роли претендентов на вакантные должности. Ведущий объявляет о конкурсном наборе в службу персонала во вновь создаваемый филиал престижной фирмы по производству и сбыту компьютерного оборудования в следующие группы: планирование и наем сотрудников; мотивация, стимулирование и оплата труда; трудовые и дисциплинарные отношения; профориентация и социальная адаптация; подготовка и продвижение кадров; изучение и оценка кадров; повышение качества трудовой жизни; охрана труда и техническая безопасность (количество групп можно сократить до двух).

Для отбора претендентов используется интервью, которое проводит специальная отборочная комиссия. Каждому кандидату дается 5 минут на подготовку и 10 минут – на выступление, в котором он должен:

- 1) охарактеризовать мотивы, побудившие его принять участие в конкурсе, объяснить свой выбор конкретной группы;
- 2) продемонстрировать профессиональную компетентность;
- 3) рассказать о том, что нового и полезного он может принести фирме.

Отборочная комиссия оценивает кандидатов в специальных карточках по пятибалльной системе.

Набравший наибольшее количество баллов объявляется победителем, т.е. будет принят на работу.

---

<sup>2</sup> Маслова, В.М. Управление персоналом [Текст]: учебник для бакалавров / В.М. Маслова. – М.: Издательство Юрайт, 2012. – 488 с. – Серия: Бакалавр. ISBN 978-5-9916-1614-0. С. 188–189.

## Тема 2. Теоретические основы маркетинга персонала

### *Вопросы:*

- 1 Из каких взаимосвязанных этапов состоит маркетинговая деятельность в области персонала?
- 2 Каковы основные источники информации для разработки маркетинговых мероприятий в области персонала?
- 3 Какие внешние и внутренние факторы влияют на обеспеченность потребности организации в персонале?
- 4 В чем заключается цель маркетинга персонала?
- 5 В чем заключаются принципы маркетинга персонала?
- 6 Определите объект и предмет маркетинга персонала.
- 7 Назовите иерархические уровни системы законодательно-нормативного регулирования маркетинга персонала.
- 8 Какова сущность маркетинговой концепции управления персоналом?
- 9 По каким основным направлениям осуществляется оценка персонала при маркетинге персонала?
- 10 Какие составляющие включает комплекс операционного маркетинга?
- 11 Дайте определение системы маркетинга персонала организации.
- 12 Дайте определения философии, стратегии и политики маркетинга персонала.
- 13 Дайте определение персонал-маркетинговой информационной системы.
- 14 Назовите основные маркетинговые инструменты, применяемые в маркетинге персонала.
- 15 Какая подсистема в системе управления персоналом организации реализует функцию маркетинга персонала.
- 16 Что представляют собой персонал-маркетинговые исследования?
- 17 Что понимается под функциями маркетинга персонала?

### *Темы учебных заданий:*

- 1 Философское осмысление маркетинга персонала.
- 2 Концептуальные основы маркетинга персонала.
- 3 Маркетинг персонала в системе функций управления организацией.
- 4 Маркетинг персонала в системе управления персоналом организации.
- 5 Стратегия и политика маркетинга персонала.
- 6 Информационная система маркетинга персонала.
- 7 Маркетинговые инструменты в управлении персоналом организации.
- 8 Интегрированный план маркетинга персонала организации.
- 9 Подходы к управлению маркетингом персонала организации.
- 10 Персонал-маркетинговый подход при реализации кадровой политики организации.



*Задания:*

*Задание 1.* Одной из важнейших задач обучения является приращение тезауруса на семантическом уровне восприятия и усвоения информации. В связи с этим составьте словарь понятий по данной теме в алфавитном порядке с представлением их толкований (определений). Укажите использованные достоверные и корректные (авторитетные) источники по каждому из приведенных толкований и определений понятий. Дополните в алфавитном порядке словарь по предыдущей теме. Укажите тему, к которой относится каждое из понятий.

*Задание 2.* Представьте в виде схемы структурно-логическую связь выбранных понятий (при необходимости с приведением формул) из предыдущего задания по данной теме. При необходимости включите в схему дополнительные понятия, поясняющие и раскрывающие толкования выбранных вами понятий.

*Задание 3.* На примере конкретной организации воздушного транспорта дайте краткую характеристику основных составляющих, раскрывающих содержание понятия «маркетинг персонала». Результаты выполнения задания представьте в таблице.

Таблица – Основные составляющие, раскрывающие содержание понятия «маркетинг персонала»

Основные составляющие, раскрывающие понятие «маркетинг персонала»	Характеристика составляющих
Система планирования и маркетинга персонала организации	
Определения понятия «маркетинг персонала» в широком и в узком смысле, цели маркетинга персонала	
Производственный и операционный маркетинг	
Направления оценки персонала при реализации маркетинга персонала	
Внешний и внутренний маркетинг персонала	
Макро-, мезо- и микро- уровни маркетинга персонала	
Направления маркетинга персонала	
Принципы маркетинга персонала	
Этапы маркетинговой деятельности в области персонала	
Функции маркетинга персонала	
Персонал-маркетинговая информационная система	

Основные составляющие, раскрывающие понятие «маркетинг персонала»	Характеристика составляющих
Комплекс маркетинга «4Р»	

*Тесты<sup>3</sup>:*

1 Какие функции являются функциями маркетинга персонала:

- а) изучение и прогнозирование рынка труда;
- б) расчет заработной платы;
- в) выбор источников и путей покрытия потребности в персонале;
- г) продажа товаров и услуг.

2 Какие функции не являются функциями маркетинга персонала:

- а) изучение и прогнозирование рынка труда;
- б) расчет заработной платы;
- в) выбор источников и путей покрытия потребности в персонале;
- г) продажа товаров и услуг.

3 Самомаркетинг персонала – это реализация карьерного потенциала личности:

- а) да;
- б) нет.

4 Выполнение работником другой регулярной оплачиваемой работы на условиях трудового договора в свободное от основной работы время – это:

- а) совмещение;
- б) совместительство.

5 Какого вида адаптации не существует:

- а) профессиональной;
- б) временной;
- в) психофизиологической;
- г) социально-психологической.

6 Отбор персонала – это:

- а) определение профессиональной пригодности человека;
- б) проверка профессиональных знаний кандидата;
- в) инструмент проверки профессиональных знаний.

7 Приспособление работника к новой среде и трудовому коллективу называется:

- а) профориентацией;

<sup>3</sup> Маслова, В.М. Управление персоналом [Текст]: учебник для бакалавров / В.М. Маслова. – М.: Издательство Юрайт, 2012. – 488 с. – Серия: Бакалавр. ISBN 978-5-9916-1614-0. С. 187–188.

- б) профотбором;
- в) адаптацией.

8 Что может вызвать ошибки при отборе персонала?

- а) предубежденность по отношению к кандидатам;
- б) некомпетентность проводящего отбор;
- в) влияние личных эмоций.

9 Показателем успешной адаптации работников является:

- а) низкая текучесть кадров;
- б) нарушение трудовой дисциплины;
- в) рост процента банка.

10 Резюме является:

- а) официальным документом;
- б) инструментом самомаркетинга;
- в) характеристикой человека.

### **Тема 3. Функциональная структура маркетинга персонала**

*Вопросы:*

1 Дайте определения понятия «функции маркетинга персонала».

2 Что представляет собой функциональная система маркетинга персонала организации?

3 Дайте определение функциональной структуры маркетинга персонала.

4 В чем заключается аналитическая функция маркетинга персонала?

5 В чем заключается информационная функция маркетинга персонала?

6 В чем заключается коммуникационная функция маркетинга персонала?

7 Какие группы функций маркетинга персонала можно выделить, по каким признакам?

8 Назовите основные источники разработки персонал-маркетинговых мероприятий.

9 Что понимается под воспроизводством рабочей силы?

10 Назовите основные особенности рынка труда.

*Темы учебных заданий:*

1 Система функций маркетинга персонала организации.

2 Рабочая сила и условия ее нормального воспроизводства.

3 Информационный базис маркетинга персонала.

4 Маркетинговые коммуникации на рынке труда.

5 Маркетинг на рынке труда.

6 Основные маркетинговые характеристики рынка труда.

### *Задания:*

*Задание 1.* Одной из важнейших задач обучения является приращение тезауруса на семантическом уровне восприятия и усвоения информации. В связи с этим составьте словарь понятий по данной теме в алфавитном порядке с представлением их толкований (определений). Укажите использованные достоверные и корректные (авторитетные) источники по каждому из приведенных толкований и определений понятий. Дополните в алфавитном порядке словарь по предыдущим темам. Укажите тему, к которой относится каждое из понятий.

*Задание 2.* Представьте в виде схемы структурно-логическую связь выбранных понятий (при необходимости с приведением формул) из предыдущего задания по данной теме. При необходимости включите в схему дополнительные понятия, поясняющие и раскрывающие толкования выбранных вами понятий.

## **Тема 4. Маркетинг персонала в кадровой политике организации воздушного транспорта**

### *Вопросы:*

- 1 Что понимается под кадровой политикой организации воздушного транспорта?
- 2 Какие действия предполагает формирование стратегии управления персоналом организации воздушного транспорта?
- 3 Какие концепции кадровой политики выделяют в настоящее время?
- 4 Какими внешними и внутренними факторами определяется формирование кадровой политики организации воздушного транспорта?
- 5 На какие составляющие элементы дифференцируется кадровая политика организации воздушного транспорта?
- 6 Какие механизмы выполнения существуют для реализации составляющих кадровой политики организации воздушного транспорта?
- 7 Кем в организации воздушного транспорта формируется кадровая политика?
- 8 Каковы основные принципы кадровой политики организации воздушного транспорта?
- 9 Какие этапы включает процесс формирования кадровой политики?
- 10 Дайте характеристику пассивной кадровой политики.
- 11 Дайте характеристику реактивной кадровой политики.
- 12 Дайте характеристику превентивной кадровой политики.
- 13 Дайте характеристику активной кадровой политики.
- 14 Дайте характеристику открытой и закрытой кадровой политики.

15 Раскройте содержание внешних факторов, оказывающих влияние на кадровую политику организации воздушного транспорта.

16 Раскройте содержание внутренних факторов, оказывающих влияние на кадровую политику организации воздушного транспорта.

*Темы учебных заданий:*

1 Концепции и стратегии кадровой политики организации воздушного транспорта.

2 Элементы механизма выполнения кадровой политики организации воздушного транспорта.

3 Характеристика типов кадровой политики по масштабам кадровых мероприятий.

4 Открытая и закрытая кадровая политика организаций воздушного транспорта.

5 Зависимость кадровой политики организации воздушного транспорта от внешних и внутренних факторов ее функционирования.

*Задания:*

*Задание 1.* Одной из важнейших задач обучения является приращение тезауруса на семантическом уровне восприятия и усвоения информации. В связи с этим составьте словарь понятий по данной теме в алфавитном порядке с представлением их толкований (определений). Укажите использованные достоверные и корректные (авторитетные) источники по каждому из приведенных толкований и определений понятий. Дополните в алфавитном порядке словарь по предыдущим темам. Укажите тему, к которой относится каждое из понятий.

*Задание 2.* Представьте в виде схемы структурно-логическую связь выбранных понятий (при необходимости с приведением формул) из предыдущего задания по данной теме. При необходимости включите в схему дополнительные понятия, поясняющие и раскрывающие толкования выбранных вами понятий.

*Задание 3.* Влияние выбора стратегий функционирования и развития организации на ее кадровую политику.

Раскройте в самостоятельно разработанной таблице содержание стратегий функционирования и развития организации. Стратегии функционирования: лидерства в низких издержках, дифференциации, фокусирования, портфельная. Стратегии развития: роста, умеренного роста, сокращения и комбинированная. Стратегии по характеру: наступательная, наступательно-оборонительная (стабилизации), оборонительная (выживания).

Раскройте в самостоятельно разработанной таблице содержание типов кадровой политики организации. По непосредственному влиянию аппарата управления на кадровую ситуацию: пассивная, реактивная, превентивная, активная (рациональная и авантюристическая). По степени открытости: открытая и закрытая кадровая политика.

Разработайте схему, отражающую структурно-функциональную и логическую зависимость различных типов кадровой политики организации от выбранных ею стратегий функционирования и развития.

*Задание 4.* Сравнительная характеристика открытого и закрытого типов кадровой политики организации.

В самостоятельно разработанной таблице представьте сравнительную характеристику открытого и закрытого типов кадровой политики по выбранным критериям, например: планирование персонала, набор персонала, оформление на работу, адаптация персонала, обучение персонала, развитие персонала, мотивация и стимулирование персонала и др.

*Задание 5.* Совершенствование кадровой политики организации воздушного транспорта.

1 В качестве объекта исследования выбрать какую-либо организацию воздушного транспорта. Дать ее краткое описание.

2 Провести краткий, но содержательный, по существу, SWOT-анализ. Построить матрицу SWOT. Сделать наиболее значимые выводы.

3 По результатам проведенного SWOT-анализа обосновать стратегии функционирования и развития, наиболее подходящие, по Вашему мнению, для данной организации. Сопоставить обоснованную Вами стратегию с фактически реализуемой в организации.

4 В соответствии с обоснованной Вами стратегией развития организации по результатам проведенных исследований предложить наиболее подходящий для данной организации тип кадровой политики, сопоставив его с фактически реализуемым в организации.

5 Разработать комплекс персонал-маркетинговых мероприятий по совершенствованию кадровой политики организации.

## **Тема 5. Кадровое планирование в маркетинге персонала организации воздушного транспорта**

*Вопросы:*

1 Обоснуйте необходимость планирования потребности в персонале организации воздушного транспорта.

2 Какие этапы включает процесс планирования персонала организации воздушного транспорта?

3 Исходя из каких факторов определяется качественная потребность в персонале организации воздушного транспорта?

4 Исходя из каких факторов определяется количественная потребность в персонале организации воздушного транспорта?

5 В чем заключается сущность метода расчета количественной потребности в персонале, основанного на использовании данных о времени трудового процесса?

6 В чем заключается сущность метода расчета количественной потребности в персонале по рабочим местам и нормативам численности?

7 В чем заключается сущность стохастических методов расчета количественной потребности в персонале?

8 В чем заключается сущность метода экспертных оценок расчета количественной потребности в персонале?

9 Как определить текущую потребность в персонале организации воздушного транспорта?

10 Как определить долговременную потребность в персонале организации воздушного транспорта?

11 Что представляют собой нормы управляемости и в каких случаях следует их применять?

12 На основании каких данных и в каких целях осуществляется прогнозирование потребности в персонале организации воздушного транспорта?

13 Что представляет собой анализ описания работы (рабочего места, процесса)?

14 Раскройте содержание этапов анализа описания работы (рабочего места).

15 По каким направлениям осуществляется разработка программы управления персоналом организации воздушного транспорта?

16 Что представляет собой профессиографический анализ, какова его процедура?

17 Приведите структуру профессиограммы.

18 Дайте характеристику процесса найма на работу сотрудников.

19 Дайте характеристику основных источников набора персонала.

20 Из каких этапов состоит процесс приема на работу?

21 Что представляет собой квалификационная карта, кем она составляется?

22 Раскройте содержание этапа приема на работу: привлечение (подбор) новых кандидатов.

23 Раскройте содержание этапа «отбор» приема на работу.

24 После выполнения каких действий обычно принимается решение о приеме на работу?

25 Дайте определение трудового договора.

26 В какой срок объявляется работнику под расписку приказ (распоряжение) работодателя о приеме на работу?

*Темы учебных заданий:*

1 Подходы к определению текущей и долговременной потребности в персонале организации воздушного транспорта.

2 Нормы управляемости и необходимость их применения при определении потребности организации воздушного транспорта в руководящих работниках.

3 Определение дополнительной потребности в кадрах организации воздушного транспорта.

4 Характеристика метода расчета количественной потребности в персонале, основанного на использовании данных о времени трудового процесса.

5 Характеристика метода расчета количественной потребности в персонале по рабочим местам и нормативной численности.

6 Характеристика стохастических методов расчета количественной потребности в персонале.

7 Характеристика метода экспертных оценок расчета количественной потребности в персонале.

8 Характеристика основных методов прогнозирования потребности в персонале организации воздушного транспорта.

*Задания:*

*Задание 1.* Одной из важнейших задач обучения является приращение тезауруса на семантическом уровне восприятия и усвоения информации. В связи с этим составьте словарь понятий по данной теме в алфавитном порядке с представлением их толкований (определений). Укажите использованные достоверные и корректные (авторитетные) источники по каждому из приведенных толкований и определений понятий. Дополните в алфавитном порядке словарь по предыдущим темам. Укажите тему, к которой относится каждое из понятий.

*Задание 2.* Представьте в виде схемы структурно-логическую связь выбранных понятий (при необходимости с приведением формул) из предыдущего задания по данной теме. При необходимости включите в схему дополнительные понятия, поясняющие и раскрывающие толкования выбранных вами понятий.

*Задание 3.* Спрогнозируйте возможные последствия для организации воздушного транспорта и ее действия в результате воздействия внутренних факторов на удовлетворение ее потребности в персонале. Результаты представьте в таблице.



Таблица – Воздействие факторов внутренней среды организации воздушного транспорта и ее возможные действия в отношении персонала

Фактор	Возможные последствия	Действия организации в отношении персонала
Изменение стратегий функционирования и развития организации		
Изменение кадровой политики организации		
Внедрение более производительной техники и инновационных технологий		
Реструктуризация предприятия		
Оптимизация управленческих, производственных и хозяйственных процессов в организации		
Сокращение деятельности предприятия		
Расширение деятельности предприятия		

*Задание 4.* Расчет численности управленческого персонала<sup>4</sup>.

В таблице ниже представлены исходные данные для расчета необходимой численности управленческого персонала.

Управленческие функции	Количество действий по выполнению функций	Время, необходимое на выполнение функций, час.
А	500	1
Б	3000	0,5
В	300	3
Месячный фонд времени одного сотрудника согласно контракту, час.		170
Коэффициент затрат времени на дополнительные функции		1,3
Коэффициент затрат		1,12

<sup>4</sup> Управление персоналом организации: Учебник / Под ред. А.Я. Кибанова. – 3-е изд., доп. и перераб. – М.: ИНФРА-М, 2008. – 638 с. – (Высшее образование). С. 265–266.

времени на отдых сотрудников	
Коэффициент пересчета численности	1,1
Время, выделяемое на различные работы, не учтенные в плановых расчетах, час.	200
Фактическая численность подразделения, чел.	30

Рассчитайте численность управленческого персонала с использованием формулы Розенкранца, определите отклонение от необходимой численности сотрудников.

*Задание 5.* Расчет численности персонала с использованием норм обслуживания<sup>5</sup>.

В таблице ниже представлены исходные данные для расчета численности персонала по обслуживанию комплекса агрегатов.

Виды работ	Время выполнения операции, час.	Количество операций за смену
1. Загрузка агрегата	0,02	60
2. Контроль рабочего процесса	0,08	120
3. Выгрузка агрегата	0,03	60
Количество агрегатов		8
Коэффициент загрузки		1,5
Полезный фонд времени одного рабочего за смену, час.		7,0
Время на дополнительные операции по обслуживанию агрегата, час.		1,4

Исходя из данных таблицы, определите норму обслуживания и численность персонала.

*Задание 6.* Пример. Базовая потребность в кадрах предприятия, определяемая объемом производства, составляет 1200 чел., дополнительная потребность в кадрах составляет 20 чел. Определите величину общей потребности в кадрах предприятия.

*Задание 7.* Пример. Среднесписочная численность работающих на предприятии составляет 550 чел. Нормативный коэффициент насыщенности специалистами составляет 0,7. Определите значение долговременной потребности в специалистах предприятия.

<sup>5</sup> Управление персоналом организации: Учебник / Под ред. А.Я. Кибанова. – 3-е изд., доп. и перераб. – М.: ИНФРА-М, 2008. – 638 с. – (Высшее образование). С. 267.

*Тесты:*

1. Описание работ включает:

- а) полномочия;
- б) власть;
- в) стандарты;
- г) исполнения;
- д) рабочие условия;
- е) все ответы верны;
- ж) все ответы неверны.

2. Конечным результатом планирования персонала является:

- а) набор персонала;
- б) высвобождение персонала;
- в) развитие персонала;
- г) все ответы верны;
- д) все ответы неверны.

3. К достоинствам внешних источников привлечения персонала относят (выбрать правильные ответы):

- а) низкие затраты на адаптацию персонала;
- б) появление новых импульсов для развития;
- в) повышение мотивации, степени удовлетворенности трудом у кадровых работников.

4. Краткая трудовая биография кандидата является:

- а) профессиограммой;
- б) карьерограммой;
- в) анкетой сотрудника;
- г) рекламным объявлением.

5. Описание работы и их спецификация (определение требований к кандидатам) очень полезны для специалистов по набору и отбору персонала, так как позволяют привлечь наиболее подходящих из всех возможных кандидатов:

- а) да;
- б) иногда;
- в) нет.

6. Наиболее достоверным методом оценки способностей кандидата выполнять работу, на которую он будет нанят, является:

- а) психологические тесты;
- б) проверка знаний;

- в) проверка профессиональных навыков;
- г) графический тест.

7. Типичные причины отказа (при необходимости указать несколько):

- а) нет плана карьеры;
- б) недостаточная квалификация;
- в) слабая заинтересованность;
- г) диплом непрестижного вуза;
- д) нежелание начать снизу;
- е) заинтересованность только в деньгах;
- ж) желание быстрой карьеры;
- з) отсутствие вопросов о работе.

8. Наиболее распространенный метод получить работу:

- а) интервью;
- б) Интернет;
- в) личные контакты;
- г) газеты;
- д) специализированные журналы.

9. Как добиться уменьшения предложения работников в организации (привести численность в соответствие с ее реальными потребностями), не прибегая к увольнениям:

- а) перевод части сотрудников на сокращенный рабочий день или рабочую неделю;
- б) прекращение приема на работу;
- в) заключение краткосрочных контрактов;
- г) переобучение персонала;
- д) использование гибких режимов работы;
- е) использовать лизинг рабочей силы.

10. Ряд конкретных мер, необходимых для принятия решения о найме нескольких из возможных кандидатур есть:

- а) отбор кандидатов;
- б) найм работника;
- в) подбор кандидатов;
- г) заключение контракта;
- д) привлечение кандидатов.

## **Тема 6. Культура управления в маркетинге персонала организации воздушного транспорта**

*Вопросы:*

- 1 Объясните, что такое организационная культура и как она формируется.
- 2 В чем заключаются сущность и функции организационной культуры, и ее влияние на маркетинг персонала?
- 3 Объясните, что такое имидж организации воздушного транспорта, из каких элементов он состоит и какие функции выполняет.
- 4 Какие факторы влияют на формирование, сохранение и улучшение имиджа организации-работодателя воздушного транспорта на рынке труда?
- 5 Какие элементы составляют организационную культуру?
- 6 От каких факторов зависит управляемость организационной культуры?
- 7 Что такое субкультура, при каких условиях она возникает, на что оказывает влияние?
- 8 Влияет ли тот или иной тип организационной культуры на выбор стратегии и кадровой политики управления персоналом организации воздушного транспорта?
- 9 Имеют ли значение национальные аспекты национальной культуры при формировании и осуществлении кадровой политики организации?
- 10 Какие классификации типов организационных культур получили наиболее широкое распространение?
- 11 Назовите основные инструменты исследования имиджа организации воздушного транспорта.
- 12 Что понимается под культурой управления в маркетинге персонала организации воздушного транспорта?

*Темы учебных заданий:*

- 1 Влияние изменения организационной культуры на изменение поведения персонала.
- 2 Характеристика основных параметров, описывающих культуру и субкультуру организаций воздушного транспорта.
- 3 Функции культуры в управлении организацией воздушного транспорта и ее персоналом.
- 4 Влияние организационной культуры на способы мотивации персонала организации воздушного транспорта.
- 5 Основные отличия российского типа организационной культуры от западного.
- 6 Культура управления в маркетинге персонала организации воздушного транспорта.
- 7 Исследование имиджа организации-работодателя на рынке труда в сфере воздушного транспорта.

*Задания:*

*Задание 1.* Одной из важнейших задач обучения является приращение тезауруса на семантическом уровне восприятия и усвоения информации. В

связи с этим составьте словарь понятий по данной теме в алфавитном порядке с представлением их толкований (определений). Укажите использованные достоверные и корректные (авторитетные) источники по каждому из приведенных толкований и определений понятий. Дополните в алфавитном порядке словарь по предыдущим темам. Укажите тему, к которой относится каждое из понятий.

*Задание 2.* Представьте в виде схемы структурно-логическую связь выбранных понятий (при необходимости с приведением формул) из предыдущего задания по данной теме. При необходимости включите в схему дополнительные понятия, поясняющие и раскрывающие толкования выбранных вами понятий.

*Задание 3.* Элементы организационной культуры.

Раскройте содержание основных элементов организационной культуры и обоснуйте их воздействие на маркетинг персонала. Результаты выполнения задания представьте в таблице.

Таблица – Элементы организационной культуры и их воздействие на маркетинг персонала

Элементы организационной культуры	Характеристика элементов организационной культуры	Воздействие элементов организационной культуры на маркетинг персонала
Организационные ценности		
Философия		
Обряд		
Ритуал		
Легенды и мифы		
Обычай		
Нормы		
Лозунги		
Менталитет		

*Задание 4.* Имидж организации воздушного транспорта и ее позиционирование на рынке труда.

Дайте описание организации воздушного транспорта. Сформулируйте определение имиджа организации, его функций и составляющих. Дайте определение позиционирования организации и выбора целевых групп на рынке труда. Дайте характеристику всех этих понятий для описанной Вами организации. Обоснуйте зависимость позиционирования и целевых групп Вашей организации от ее имиджа на рынке труда. Предложите комплекс маркетинговых мероприятий по улучшению имиджа организации с целью занятия ею более удачных позиций на рынке труда. Результаты выполнения задания представьте в самостоятельно разработанной Вами таблице.

## **Тема 7. Реализация технологии маркетинга персонала в организации воздушного транспорта**

### *Вопросы:*

1 Дайте определение и перечислите основные этапы технологии маркетинга персонала.

2 Раскройте содержание первого этапа технологии маркетинга персонала: «Определение потребности в персонале».

3 Раскройте содержание второго этапа технологии маркетинга персонала: «Анализ поведения соискателей рабочих мест на внешнем и внутреннем рынке труда. Формирование сегментов потенциальных работников».

4 Раскройте содержание третьего этапа технологии маркетинга персонала: «Определение и анализ основных конкурентов на рынке труда».

5 Раскройте содержание четвертого этапа технологии маркетинга персонала: «Анализ активных системных партнеров».

6 Раскройте содержание пятого этапа технологии маркетинга персонала: «Анализ внутренних ресурсов и способностей».

7 Раскройте содержание шестого этапа технологии маркетинга персонала: «Определение целевых позиций на рынке труда».

8 Раскройте содержание седьмого этапа технологии маркетинга персонала: «Разработка персонал-маркетинговой стратегии. Формирование и реализация целевого плана персонал-маркетинговых мероприятий».

9 Обоснуйте необходимость формирования восьмого этапа технологии маркетинга персонала: «Контроль реализации и ответственность за результаты маркетинга персонала».

10 Обоснуйте необходимость формирования девятого этапа технологии маркетинга персонала: «Оценка комплексной эффективности маркетинга персонала».

### *Темы учебных заданий:*

1 Факторы привлекательности рабочего места.

2 Выбор методов анализа поведения кандидата на рынке труда.

3 Сегментирование рынка кандидатов на найм.

4 Анализ и выявление основных конкурентов на рынке труда.

5 Методика построения информационной системы о конкурентах.

6 Исследование поведения системных партнеров на рынке труда.

7 Проведение конгруэнтного анализа для определения целевых позиций предприятия воздушного транспорта на рынке труда.

### *Задания:*

*Задание 1.* Одной из важнейших задач обучения является приращение тезауруса на семантическом уровне восприятия и усвоения информации. В связи с этим составьте словарь понятий по данной теме в алфавитном порядке с представлением их толкований (определений). Укажите использованные достоверные и корректные (авторитетные) источники по каждому из приведенных толкований и определений понятий. Дополните в алфавитном порядке словарь по предыдущим темам. Укажите тему, к которой относится каждое из понятий.

*Задание 2.* Представьте в виде схемы структурно-логическую связь выбранных понятий (при необходимости с приведением формул) из предыдущего задания по данной теме. При необходимости включите в схему дополнительные понятия, поясняющие и раскрывающие толкования выбранных вами понятий.

*Задание 3.* Составьте и заполните таблицу, характеризующую основное содержание этапов технологии маркетинга персонала организации воздушного транспорта, примерная структура таблицы приведена ниже.

Таблица – Технология реализации маркетинга персонала

Этапы	Основное содержание этапов	Подэтапы	Основное содержание подэтапов	Применяемый инструментарий	Результаты	Примечания
1						
2						
3						
4						
5						
6						
7						

*Задание 4.* Дайте описание выбранной организации воздушного транспорта. Сформулируйте проблему, характеризующую необходимость удовлетворения качественной и количественной потребности в персонале данной организации. Рассмотрите более детально содержание этапа технологии маркетинга персонала «Разработка персонал-маркетинговой стратегии. Формирование и реализация целевого плана персонал-маркетинговых мероприятий». Рассмотрите назначение и особенности формирования интегрированного плана маркетинга предприятия как инструмента маркетинга. На основании этого предложите свой вариант (для выбранной вами организации) целевого плана маркетинга персонала.

**Тема 8. Контроль и эффективность маркетинга персонала в организации воздушного транспорта**



*Вопросы:*

- 1 Дайте определения понятий: «контроль», «аудит» и «контроллинг».
- 2 Дайте определение обратной связи в системе управления.
- 3 В чем заключается сущность контроля маркетинга персонала?
- 4 Раскройте сущность предварительного, текущего и последующего контроля маркетинга персонала.
- 5 В чем заключается сущность метода измерения успешности персонал-маркетинговой деятельности «анализ привлекательности»?
- 6 Что представляет собой аудит маркетинга персонала?
7. Что представляет собой контроллинг маркетинга персонала?
- 8 В чем заключается связь системы целей функционирования и управления организацией с целями маркетинга персонала?
- 9 Что понимается под результативностью и эффективностью маркетинга персонала, в чем заключаются различия этих понятий?
- 10 Какие виды эффектов ожидаются от проведения персонал-маркетинговых мероприятий в организации воздушного транспорта?
- 11 Какие основные элементы затрат необходимо учитывать при определении затрат ресурсов на проведение персонал маркетинговых мероприятий?
- 12 Что представляет собой комплексная оценка эффективности маркетинга персонала?
- 13 Что понимается под качеством маркетинга персонала организации воздушного транспорта?
- 14 Охарактеризуйте связь качества и эффективности маркетинга персонала организации воздушного транспорта.

*Темы учебных заданий:*

- 1 Место персонал-маркетингового контроля в системе аудита управления человеческими ресурсами организации воздушного транспорта.
- 2 Сущность и особенности проведения предварительного, текущего и итогового контроля маркетинга персонала.
- 3 Контроль маркетинга персонала как завершающий этап реализации технологии маркетинга персонала.
- 4 Анализ и определение эффектов от реализации персонал-маркетингового подхода в организации воздушного транспорта.
- 5 Определение совокупных затрат ресурсов на реализацию персонал-маркетинговых мероприятий.
- 6 Система целей организации воздушного транспорта и определение комплексной эффективности ее функционирования.
- 7 Виды эффектов и показатели эффективности деятельности организации воздушного транспорта.
- 8 Методика оценки экономической эффективности деятельности

организации воздушного транспорта.

9 Методика оценки качества маркетинга персонала организации воздушного транспорта.

*Задания:*

*Задание 1.* Одной из важнейших задач обучения является приращение тезауруса на семантическом уровне восприятия и усвоения информации. В связи с этим составьте словарь понятий по данной теме в алфавитном порядке с представлением их толкований (определений). Укажите использованные достоверные и корректные (авторитетные) источники по каждому из приведенных толкований и определений понятий. Дополните в алфавитном порядке словарь по предыдущим темам. Укажите тему, к которой относится каждое из понятий.

*Задание 2.* Представьте в виде схемы структурно-логическую связь выбранных понятий (при необходимости с приведением формул) из предыдущего задания по данной теме. При необходимости включите в схему дополнительные понятия, поясняющие и раскрывающие толкования выбранных вами понятий.

*Задание 3.* Разработка плана контроля маркетинговых мероприятий в области персонала.

Дайте описание организации в сфере воздушного транспорта (из задания 4 по теме 7). Рассмотрите составляющие и этапы разработанного для данной организации целевого плана маркетинговых мероприятий. В соответствии с ними пропишите процедуры и виды ответственности предварительного, текущего и последующего контроля. При выполнении задания ориентируйтесь на содержание этапов общего процесса контроля, включающего этапы:

- 1) определение требуемого (желаемого) состояния системы;
- 2) определение фактического состояния системы;
- 3) сравнение требуемого и фактического состояний системы;
- 4) оценка и анализ различий (отклонений) между требуемым и фактическим состояниями системы;
- 5) принятие решений о необходимости изменения (корректировки) протекающих в системе процессов.

*Задание 4.* Анализ и оценка эффективности комплекса маркетинговых мероприятий в области персонала.

Для организации воздушного транспорта, рассмотренной при изучении предыдущих тем, пропишите комплекс маркетинговых мероприятий в области персонала, раскройте их содержание. Опишите, какие виды эффектов достигаются при помощи этих мероприятий. Дайте их экономическую оценку.

Рассчитайте затраты ресурсов, необходимые для внедрения данных мероприятий. Соотнесите полученные эффекты с затратами ресурсов на их получение. Определите экономическую эффективность комплекса маркетинговых мероприятий в области персонала. Результаты выполнения задания желательно представит в таблице, примерная структура которой приведена ниже.

Таблица – Оценка экономической эффективности комплекса маркетинговых мероприятий в области персонала

№ п/п	Название мероприятия	Содержание мероприятия	Затраты ресурсов на проведение мероприятия, тыс. руб.	Полученные эффекты для организации от внедрения мероприятия (увеличение выручки за вычетом себестоимости, или экономия ресурсов), тыс. руб.	Эффекты (результаты) мероприятий (гр. 2 – гр. 1), тыс. руб.	Эффективность мероприятий (гр. 3/гр. 1) × 100, в %
А	Б	В	1	2	3	4
1						
2						
	Всего:					

**Задание 5.** Используя словарь понятий, схемы структурно-логических связей понятий, примерный перечень вопросов к экзамену для проведения промежуточного контроля по дисциплине (представлен ниже), составьте единую, цельную структурно-логическую схему связей понятий (при необходимости с приведением формул) по всем темам данной дисциплины. Данная схема может быть рекомендована для подготовки к экзамену. Поставьте любой вопрос (из примерного перечня вопросов к экзамену) и, пользуясь данной схемой, дайте на него ответ по существу.

#### Темы докладов

1. Маркетинг персонала как метод управления предприятием.
2. Сущность и функции маркетинга и маркетингового управления в кадровом менеджменте.
3. Формирование и развитие маркетинговых подходов к управлению персоналом.
4. Обучение и развитие персонала как элементы коммуникационной функции.
5. Учет маркетинговой информации в управлении персоналом.
6. Источники и формы обеспечения предприятия кадровой информацией.

7. Требования, предъявляемые к профессии, должности и рабочему месту при отборе кандидатов на вакантные должности.
8. Сущность и направления исследования рынка труда.
9. Разработка методических основ проведения маркетинговых исследований рынка труда.
10. Конъюнктура рынка труда и тенденции ее развития.
11. Исследование имиджа компании как работодателя.
12. Методы определения и удовлетворения потребности в персонале.
13. Источники привлечения и подбора персонала.
14. Повышение лояльности персонала в организации.
15. Современные методы деловой оценки персонала.
16. Методы сегментирования рынков труда.
17. Анализ эффективного использования персонала как элемент информационной функции маркетинга.
18. Мотивация и стимулирование труда работников предприятия с учетом ситуации на рынке труда.
19. Планирование деловой карьеры работников как элемент развития персонала.
20. Первичная и вторичная адаптация персонала как маркетинговые способы продвижения на рынке труда.
21. Программы командообразования как метод развития персонала.
22. Развитие маркетинговых технологий на внутрифирменном рынке труда.
23. Сущность и функции корпоративной культуры в продвижении персонала на рынке труда.
24. Отечественный и зарубежный опыт применения маркетинга персонала.
25. Оценка эффективности использования маркетинга персонала.

Перечень докладов может быть дополнен либо преподавателем, либо обучающимся самостоятельно в рамках тематики практических занятий, указанных в п. 5.4.

### **9.6.2 Контрольные вопросы промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины**

#### **Примерный перечень вопросов к экзамену для проведения промежуточной аттестации по дисциплине**

##### **Теоретические вопросы**

- 1 Назначение и основные функции системы планирования и маркетинга персонала в системе управления персоналом организации.
- 2 Маркетинг персонала как расширение функции производственного маркетинга.
- 3 Понимание маркетинга персонала в широком смысле, особенности внешнего маркетинга персонала как его принципа.

4 Понимание маркетинга персонала в узком смысле, особенности внутреннего маркетинга персонала как его принципа.

5 Особенности проявления маркетинга персонала на макро-, мезо- и микро- уровнях.

6 Задачи и особенности организации маркетинга персонала в кадровом агентстве.

7 Понятие самомаркетинга персонала и содержание его основных принципов.

8 Становление, развитие и содержание основных этапов маркетинга персонала.

9 Основные идеи представителей, внесших свой вклад в формирование теории маркетинга персонала.

10 Содержание понятия, цели, задачи, принципы, уровни, основные факторы и направления маркетинга персонала.

11 Сущность основных применяемых маркетинговых инструментов в управлении персоналом организации.

12 Применение комплекса операционного маркетинга «4P» в реализации маркетинговых мероприятий в области персонала организации.

13 Концептуальные основы и философское осмысление маркетинга персонала.

14 Понятие системы законодательно-нормативного регулирования маркетинга персонала организации в России.

15 Особенности и современный опыт международного маркетинга персонала.

16 Понятия стратегии и политики маркетинга персонала, его направления и основные виды.

17 Система маркетинга персонала организации и характеристика ее основных составляющих.

18 Понятие и состав функций управления маркетингом персонала организации.

19 Применение SWOT-анализа как инструмента маркетинга персонала организации.

20 Понятие и основные этапы технологии маркетинга персонала организации.

21 Понятие и характеристика основных составляющих персонал-маркетинговой информационной системы.

22 Характеристика основных внешних и внутренних факторов маркетинга персонала организации.

23 Сущность аналитической, информационной и коммуникационной функций маркетинга персонала.

24 Понятие и особенности реализации аналитической функции маркетинга персонала.

25 Понятие и особенности реализации информационной функции маркетинга персонала.

26 Понятие и особенности реализации коммуникационной функции маркетинга персонала.

27 Определение понятия «функции маркетинга персонала», состав функций маркетинга персонала.

28 Понятие системы функций маркетинга персонала организации и сущность ее основных составляющих.

29 Понятие и составляющие функциональной структуры маркетинга персонала организации.

30 Понятие рынка труда и его основные характеристики как предмета исследования аналитической функции маркетинга персонала.

31 Понятие маркетинговых исследований рынка труда и их основные направления.

32 Понятие рабочей силы и особенности функционирования рынка труда, связанные с ее воспроизводством.

33 Позиционирование и определение целевых позиций организации на рынке труда.

34 Работодатель и наемный работник как субъекты взаимодействия на внутрифирменном рынке труда.

35 Особенности управления занятостью при найме, использовании и высвобождении рабочей силы на предприятии.

36 Составляющие кадровой политики и применение ее инструментария в маркетинге персонала организации.

37 Кадровая политика организации воздушного транспорта: определения, цель, процесс формирования.

38 Содержание элементов, составляющих кадровую политику организации воздушного транспорта, и механизм их реализации.

39 Содержание основных принципов и направлений кадровой политики организации воздушного транспорта.

40 Особенности и маркетинговые инструменты формирования стратегии управления персоналом организации воздушного транспорта.

41 Характеристика внешних и внутренних факторов, оказывающих влияние на кадровую политику организации воздушного транспорта.

42 Характерные особенности различных видов кадровой политики организации воздушного транспорта.

43 Характеристика основных методов планирования и прогнозирования качественной и количественной потребности в персонале организации.

44 Основные этапы планирования потребности в персонале организации воздушного транспорта.

45 Факторы, лежащие в основе расчета качественной и количественной потребности в персонале организации воздушного транспорта.

46 Сущность основных методов расчета количественной потребности в персонале организации воздушного транспорта.

47 Подходы к определению текущей и долгосрочной потребности в персонале организации воздушного транспорта.

48 Сущность основных методов прогнозирования потребности в персонале организации воздушного транспорта.

49 Анализ работы (рабочего места, процесса): содержательная и процессуальная стороны, аспекты, вопросы.

50 Содержание этапов анализа работы (рабочего места, процесса), направления разработки программы управления персоналом.

51 Сущность профессиографического анализа, структура профессиограммы.

52 Наем на работу в организацию воздушного транспорта: определение, задачи, источники найма, вопросы при приеме на работу.

53 Набор персонала в организацию воздушного транспорта: цель, методы набора из внешних и внутренних источников.

54 Основное содержание этапов процесса приема на работу в организацию воздушного транспорта.

55 Понятие и подходы к определению норм управляемости, норм контроля в организации.

56 Формирование и развитие организационной культуры как инструмент маркетинга персонала.

57 Организационная культура, ее составляющие и основные источники (факторы) ее формирования.

58 Понятие и функции организационной культуры в маркетинге персонала организации воздушного транспорта.

59 Характеристика иерархической и рыночной организационных культур и их влияние на маркетинг персонала организации.

60 Характеристика клановой и адхократической организационных культур и их влияние на маркетинг персонала организации.

61 Особенности воздействия национальных культур на формирование стратегии управления персоналом организации.

62 Имидж организации-работодателя в сфере воздушного транспорта: виды, функции, влияние на позиционирование организации на рынке труда.

63 Характеристика основных инструментов исследования имиджа организации воздушного транспорта на рынке труда.

64 Понятие и составляющие культуры управления в маркетинге персонала организации воздушного транспорта.

65 Направления исследования и оценки культуры управления в маркетинге персонала организации воздушного транспорта.

66 Основные факторы, оказывающие влияние на социально-психологический климат в организации воздушного транспорта.

67 Основные факторы, оказывающие влияние на удовлетворенность персонала организации воздушного транспорта трудом.

68 Понятие технологии маркетинга персонала, сущность основных этапов процесса реализации технологии маркетинга персонала организации.

69 Сущность этапов разработки и реализации целевого плана маркетинга персонала организации.

70 Определение потребности в персонале как реализация первого этапа технологии маркетинга персонала организации воздушного транспорта.

71 Содержание анализа привлекательности рабочего места организации воздушного транспорта.

72 Выбор организацией воздушного транспорта методов анализа поведения кандидата на рынке труда.

73 Подходы и критерии сегментирования рынка кандидатов на найм организацией воздушного транспорта.

74 Проведение организацией воздушного транспорта анализа возможностей и намерений основных работодателей-конкурентов на рынке труда.

75 Содержание анализа поведения и притязаний активных системных партнеров организации воздушного транспорта на рынке труда, их влияние на выбор альтернативных действий.

76 Характеристика этапов внутреннего анализа ресурсов и способностей организацией воздушного транспорта.

77 Содержание конгруэнтного анализа и определение целевых позиций организации-работодателя воздушного транспорта на рынке труда.

78 Формирование и реализация комплекса мероприятий целевого плана маркетинга персонала организацией воздушного транспорта.

79 Контроль реализации мероприятий целевого плана маркетинга персонала организации воздушного транспорта.

80 Оценка эффективности мероприятий целевого плана маркетинга персонала организации воздушного транспорта.

81 Цели, виды и функции контроля маркетинга персонала организации воздушного транспорта.

82 Содержание элементов контроля маркетинга персонала организации воздушного транспорта.

83 Содержание основных принципов контроля маркетинга персонала организации воздушного транспорта.

84 Понятие и оценка качества маркетинга персонала организации воздушного транспорта.

85 Виды эффектов и эффективности маркетинга персонала организации воздушного транспорта.

86 Структура и оценка затрат ресурсов на проведение маркетинговых мероприятий в области персонала организацией воздушного транспорта.

87 Методика расчета экономической эффективности комплекса маркетинговых мероприятий в области персонала.

88 Определение комплексной оценки эффективности маркетинга персонала организации воздушного транспорта.

### **Практические вопросы (задания)**

*Задание 1.* Раскройте в самостоятельно разработанной таблице содержание наступательной, наступательно-оборонительной и



оборонительной стратегий организации. Существует ли связь между стратегией организации и ее маркетингом персонала. Поясните свой ответ.

*Задание 2.* Раскройте в самостоятельно разработанной таблице сущность открытой и закрытой кадровой политики организации. Существует ли связь между кадровой политикой организации и ее маркетингом персонала. Поясните свой ответ.

*Задание 3.* Представьте схематически структурно-функциональную и логическую зависимость различных типов кадровой политики организации и составляющими маркетинга персонала.

*Задание 4.* Производственным предприятием запланировано увеличить выпуск продукции на 30 %. При этом разработать и внедрить комплекс организационных мероприятий, которые позволят увеличить производительность труда на 7%. В базовом периоде среднесписочная численность производственного персонала составляла 2550 чел. Рассчитайте, какое количество человек необходимо дополнительно принять для достижения запланированных показателей по выпуску продукции и производительности труда.

*Задание 5.* Назовите основные инструменты диагностики организационной культуры и особенности их применения при принятии решений в сфере маркетинга персонала.

## **10 Методические рекомендации для обучающихся по освоению дисциплины**

### **Методические рекомендации по освоению лекционных занятий:**

- при прочтении лекции студент руководствуется рабочей программой дисциплины;
- в процессе лекций рекомендуется вести конспект, что позволит впоследствии вспомнить учебный материал, дополнить содержание при самостоятельной работе с литературой, подготовиться к текущему контролю и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины;
- целесообразно по итогам лекции сформулировать кратко и лаконично выводы, записать их;
- в конце лекции обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю по теме лекции.

### **Методические рекомендации по подготовке к практическим занятиям:**

- полнота и глубина освещения вопроса; системность изложения;
- наличие дополнительной информации по вопросу, подготовленной по результатам работы с традиционными и цифровыми источниками;
- обеспечение выступления цифровой презентацией, включающей иллюстративный материал; представление в PowerPoint тезисов сообщения; указание библиографического списка, ссылок на информационные ресурсы, используемые при подготовке сообщения;
- соблюдение регламента;

– готовность ответить на вопросы аудитории по излагаемому вопросу, участвовать в дискуссии.

**Методические рекомендации по организации самостоятельной работы студентов:**

- работа с конспектом лекций в разных формах;
- работа с учебной и научно-популярной литературой по темам дисциплины;
- составление глоссария по темам дисциплины;
- подбор и систематизация источников материала, составление библиографических списков, интернет-источников по темам дисциплины;
- подготовка к практическим занятиям (семинарам);
- выполнение междисциплинарных проектов;
- заполнение таблиц, схем и комментариев к ним;
- самотестирование;
- подготовка презентаций;
- подготовка к участию в олимпиадах, грантах, конкурсах и т.п.

**Методические рекомендации по курсовой работе:**

*Задачи курсовой работы:*

- проведение студентом самостоятельного творческого исследования научно-практического характера;
- проверка знаний студентов в части основных теоретических и методологических основ данной дисциплины;
- проверка умений студентами подбирать специальную литературу, нормативно-методические акты;
- формирование у студентов исследовательского и научного подхода к рассматриваемой проблеме, умения анализировать, делать обобщения и выводы;
- проверка умений кратко изложить только главные и наиболее существенные аспекты проблемы в сжатой и логически правильной форме;
- подготовка будущего специалиста к выполнению выпускной квалификационной работы;
- применение в дальнейшем полученных знаний для составления различных справок, докладов, научных отчетов, написания статей;
- подготовка студентов к принятию самостоятельных решений в области практического управления кадрами.

*Структура и содержание курсовой работы*

*Титульный лист.* Формулировка темы курсовой работы предусматривает, как правило, указание организации, на примере которой раскрывается прикладная и проектная части работы; студент ставит свою подпись, преподаватель дату защиты и оценку курсовой работы.

*Содержание.* Указание на номера страниц разделов (частей, пунктов, параграфов и т.п.).

*Введение* (2–3 листа): обоснование актуальности темы, объект, предмет, цель, задачи исследования; степень разработанности темы в научной литературе, краткая характеристика основных источников, сложившихся подходов и методов в изучении темы, структура исследования; обоснование практической и теоретической значимости работы.

*Основная часть работы* (22–29 листа): две или три части (теоретическая, прикладная и проектная); раскрытие поставленной во введении проблемы, прослеживание путей ее решения на материалах источников, описание различных точек зрения на нее, в т.ч. автора.

*Заключение* (2–3 листа): авторские выводы, итоги исследования; резюме по каждой части исследования; оценка научной значимости и возможностей практического применения результатов исследования; пути и перспективы дальнейшего исследования темы.

*Список использованных источников* (2–3 листа): список (минимум 20 пунктов) нормативно-правовых актов, научной литературы и др. необходимых источников с указанием грамотных библиографических ссылок.

*Приложение*: иллюстративный материал (схемы, таблицы, графики).

*Оформление курсовой работы:*

– курсовая работа оформляется в машинописном (компьютерном) варианте; на последней странице студент ставит дату окончания работы и свою подпись;

– объём курсовой работы не должен превышать 30–40 печатных страниц;

– параметры печати курсовой работы: 1,5 межстрочный интервал, границы поля: левое – 25 мм, правое – 10 мм, нижнее и верхнее – 20 мм; шрифт применяется Arial или TimesNewRoman 14 обычный, при написании заголовков – 16 прописной полужирный;

– каждая таблица должна быть снабжена текстовым заголовком, расположенным над таблицей по центру (у рисунков – название располагается под иллюстрацией по центру); номер таблицы располагается в правом верхнем углу над заголовком таблицы (например, Таблица 5), у рисунков номер располагается внизу слева (например, Рис. 7 Название рисунка); все таблицы должны иметь сквозную нумерацию (арабскими цифрами);

– в тексте курсовой работы в обязательном порядке должны содержаться сноски на литературу и источники, ссылки на таблицы и рисунки (напр., см. табл.5 или рис.7).

## Использованные источники<sup>6</sup>

1 Дуракова, И.Б. Управление персоналом [Текст]: учебник / И.Б. Дуракова и др.; под общ. ред. д-ра экон. наук, проф. И.Б. Дураковой. – М.: ИНФРА-М, 2013. – 570 с. – (Высшее образование). ISBN 978-5-16-003563.

2 Кибанов, А.Я. Управление персоналом организации: стратегия, маркетинг, интернационализация [Текст]: учебное пособие / А.Я. Кибанов, И.Б. Дуракова. – М.: ИНФРА-М, 2009. – 301 с. – (Высшее образование). ISBN 978-5-16-002398-4.

3 Маслова, В.М. Управление персоналом [Текст]: учебник для бакалавров / В.М. Маслова. – М.: Издательство Юрайт, 2012. – 488 с. – Серия: Бакалавр. ISBN 978-5-9916-1614-0.

4 Патласов, О.Ю. Маркетинг персонала [Текст]: учебник для бакалавров / О.Ю. Патласов. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2015. – 384 с. ISBN 978-5-394-02354-5.

5 Управление персоналом организации [Текст]: учебник / Под ред. А.Я. Кибанова. – 3-е изд., доп. и перераб. – М.: ИНФРА-М, 2008. – 638 с. – (Высшее образование). ISBN 978-5-16-002273-4.

---

<sup>6</sup> Приведенная учебная литература может быть (по возможности) использована обучающимися в рамках самостоятельной работы при подборе необходимых дополнительных источников информации по темам дисциплины.

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.03 «Управление персоналом».

Программа рассмотрена и утверждена на заседании кафедры № 3 «Истории и управления персоналом» 19.05.2021 г., протокол № 8.

Разработчики:

к.э.н.



Галузина С.М.

(ученая степень, ученое звание, фамилия и инициалы разработчиков)

Заведующий кафедрой № 3:

к.э.н., доцент



Иванова М.О.

(ученая степень, ученое звание, фамилия и инициалы заведующего кафедрой)

Программа согласована:

Руководитель ОПОП ВО

к.э.н., доцент



Иванова М.О.

(ученая степень, ученое звание, фамилия и инициалы руководителя ОПОП)

Программа рассмотрена и одобрена на заседании Учебно-методического совета Университета 16.06.2021 г., протокол № 7.