

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ОРЕНБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

Кафедра «Коммерции и организации экономической деятельности»

**Методические рекомендации для
самостоятельной работы обучающихся по дисциплине
Б3.Б.2 Маркетинг персонала**

Направление подготовки (специальность) 38.03.03. Управление персоналом

Профиль образовательной программы Управление персоналом организации

Форма обучения: очная

СОДЕРЖАНИЕ

1. Организация самостоятельной работы.....	3
2. Методические рекомендации по самостоятельному изучению вопросов.....	4
3. Методические рекомендации по подготовке к занятиям.....	5
3.1 Введение в предмет «Маркетинг персонала».....	5
3.2 Основные направления маркетинга персонала	5
3.3 Функции маркетинга персонала	5
3.4 Особенности формирования имиджа работодателя	5
3.5 Маркетинговые исследования в области труда	5
3.6 Адаптация, методы и способы выбора сотрудника	5
3.7 Контроль реализации маркетинга персонала	5
3.8 Сегментирование рынка труда	6
3.9 Маркетинговые исследования рынка труда.....	6
3.10 Роль маркетинга персонала в формировании трудового потенциала организации.....	6
3.11 Формирование системы управления маркетингом персонала в организации...6	

1. ОРГАНИЗАЦИЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ

1.1. Организационно-методические данные дисциплины

№ п.п.	Наименование темы	Общий объем часов по видам самостоятельной работы				
		подготовка курсового проекта (работы)	подготовка реферата /эссе	индивидуальные домашние задания (ИДЗ)	самостоятельное изучение вопросов (СИВ)	подготовка к занятиям (ПкЗ)
1	2	3	4	5	6	7
1	Введение в предмет «Маркетинг персонала»	-	-	-	4	2
2	Основные направления маркетинга персонала	-	-	-	4	2
3	Функции маркетинга персонала информации в области управления персоналом	-	-	-	3	2
4	Особенности формирования имиджа работодателя	-	-		3	1
5	Маркетинговые исследования в области труда	-	-	-	3	1
6	Адаптация, методы и способы выбора сотрудника	-	-	-	3	1
7	Контроль реализации маркетинга персонала	-	-	-	3	2
8	Сегментирование рынка труда	-	-	-	3	2
9	Маркетинговые исследования рынка труда				3	2
10	Роль маркетинга персонала в формировании трудового потенциала организации				4	2
11	Формирование системы управления маркетингом персонала в организации				3	1

2. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО САМОСТОЯТЕЛЬНОМУ ИЗУЧЕНИЮ ВОПРОСОВ

2.1 Введение в предмет «Маркетинг персонала»

При изучении вопроса необходимо обратить внимание на следующие особенности.
Маркетинг персонала. Основные понятия.

Объекты и субъекты кадрового маркетинга

2.2 Основные направления маркетинга персонала

При изучении вопроса необходимо обратить внимание на следующие особенности.
Принципы маркетинга персонала: содержание и отличия.

Маркетинговая концепция управления персоналом, ее сущность и значение.

2.3 Функции маркетинга персонала

При изучении вопроса необходимо обратить внимание на следующие особенности.
Информационная функция маркетинга

2.4 Особенности формирования имиджа работодателя

При изучении вопроса необходимо обратить внимание на следующие особенности.
Имидж работодателя: сущность и значение.

Факторы персонал-имиджа предприятия и их содержание

2.5 Маркетинговые исследования в области труда

При изучении вопроса необходимо обратить внимание на следующие особенности.
Маркетинговое исследование на региональном рынке труда и методика его проведения

2.6 Адаптация, методы и способы выбора сотрудника

При изучении вопроса необходимо обратить внимание на следующие особенности.
Процесс адаптации работника

Факторы трудовой адаптации и их содержание

Комплексная система профессиональной ориентации, адаптации и продвижения на предприятии. Профессиональный отбор

2.7 Контроль реализации маркетинга персонала

При изучении вопроса необходимо обратить внимание на следующие особенности.
Способы определения результативности мероприятий, связанных с маркетингом персонала. Контроллинг.

Элементы контроля маркетинга персонала и их характеристика

2.8 Сегментирование рынка труда

При изучении вопроса необходимо обратить внимание на следующие особенности.
Факторы, влияющие на рынок труда со стороны спроса и предложения

Маркетинговое исследование на региональном рынке труда и методика его проведения

2.9 Маркетинговые исследования рынка труда

При изучении вопроса необходимо обратить внимание на следующие особенности.
Рынок труда и его особенности.

Особенности внутреннего и внешнего рынков труда

2.10 Роль маркетинга персонала в формировании трудового потенциала организаций

При изучении вопроса необходимо обратить внимание на следующие особенности.
Рынок труда и его особенности.

Подходы к реализации маркетинга персонала в организации и их характеристика

2.11 Формирование системы управления маркетингом персонала в организациях

При изучении вопроса необходимо обратить внимание на следующие особенности.
Процедура реализации маркетинга персонала

3. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ПОДГОТОВКЕ К ЗАНЯТИЯМ

3.1 Семинар 1 Введение в предмет «Маркетинг персонала»

При подготовки к занятию необходимо обратить внимание на следующие моменты. Необходимо ознакомиться с материалами лекции и рекомендуемой литературой. При систематизации материала по теме важно сравнивать определения основных понятий даваемые разными авторами. Сравнение необходимо для того, чтобы выбрать наиболее краткое и точное определение, а также для выделения основных признаков научного понятия, на которое обращают внимание различные авторы.

3.2 Семинар 2 Основные направления маркетинга персонала

При подготовки к занятию необходимо обратить внимание на следующие моменты. Необходимо ознакомиться с и рекомендуемой литературой. При систематизации материала по теме важно сравнивать определения основных понятий даваемые разными авторами. Сравнение необходимо для того, чтобы выбрать наиболее краткое и точное определение, а также для выделения основных признаков научного понятия, на которое обращают внимание различные авторы.

3.3 Семинар 3 Функции маркетинга персонала

При подготовки к занятию необходимо обратить внимание на следующие моменты. Необходимо ознакомиться с и рекомендуемой литературой. При систематизации материала по теме важно сравнивать определения основных понятий даваемые разными авторами. Сравнение необходимо для того, чтобы выбрать наиболее краткое и точное определение, а также для выделения основных признаков научного понятия, на которое обращают внимание различные авторы.

3.4 Семинар 4 Особенности формирования имиджа работодателя

При подготовки к занятию необходимо обратить внимание на следующие моменты. Необходимо ознакомиться с и рекомендуемой литературой. При систематизации материала по теме важно сравнивать определения основных понятий даваемые разными авторами. Сравнение необходимо для того, чтобы выбрать наиболее краткое и точное определение, а также для выделения основных признаков научного понятия, на которое обращают внимание различные авторы.

3.5 Семинар 5 Маркетинговые исследования в области труда

При подготовки к занятию необходимо обратить внимание на следующие моменты. Необходимо ознакомиться с и рекомендуемой литературой. При систематизации материала по теме важно сравнивать определения основных понятий даваемые разными авторами. Сравнение необходимо для того, чтобы выбрать наиболее краткое и точное определение, а также для выделения основных признаков научного понятия, на которое обращают внимание различные авторы.

3.6 Семинар 6 Адаптация, методы и способы выбора сотрудника

При подготовки к занятию необходимо обратить внимание на следующие моменты. Необходимо ознакомиться с и рекомендуемой литературой. При систематизации материала по теме важно сравнивать определения основных понятий даваемые разными авторами. Сравнение необходимо для того, чтобы выбрать наиболее краткое и точное определение, а также для выделения основных признаков научного понятия, на которое обращают внимание различные авторы.

3.7 Семинар 7 Контроль реализации маркетинга персонала

При подготовки к занятию необходимо обратить внимание на следующие моменты. Необходимо ознакомиться с и рекомендуемой литературой. При систематизации материала по теме важно сравнивать определения основных понятий даваемые разными авторами. Сравнение необходимо для того, чтобы выбрать наиболее краткое и точное определение, а

также для выделения основных признаков научного понятия, на которое обращают внимание различные авторы

3.8 Семинар 8 Сегментирование рынка труда

При подготовки к занятию необходимо обратить внимание на следующие моменты. Необходимо ознакомиться с и рекомендуемой литературой. При систематизации материала по теме важно сравнивать определения основных понятий даваемые разными авторами. Сравнение необходимо для того, чтобы выбрать наиболее краткое и точное определение, а также для выделения основных признаков научного понятия, на которое обращают внимание различные авторы

3.9 Семинар 9 Маркетинговые исследования рынка труда

При подготовки к занятию необходимо обратить внимание на следующие моменты. Необходимо ознакомиться с и рекомендуемой литературой. При систематизации материала по теме важно сравнивать определения основных понятий даваемые разными авторами. Сравнение необходимо для того, чтобы выбрать наиболее краткое и точное определение, а также для выделения основных признаков научного понятия, на которое обращают внимание различные авторы

3.10 Семинар 10 Роль маркетинга персонала в формировании трудового потенциала организации

При подготовки к занятию необходимо обратить внимание на следующие моменты. Необходимо ознакомиться с и рекомендуемой литературой. При систематизации материала по теме важно сравнивать определения основных понятий даваемые разными авторами. Сравнение необходимо для того, чтобы выбрать наиболее краткое и точное определение, а также для выделения основных признаков научного понятия, на которое обращают внимание различные авторы

3.11 Семинар 11 Формирование системы управления маркетингом персонала в организации

При подготовки к занятию необходимо обратить внимание на следующие моменты. Необходимо ознакомиться с и рекомендуемой литературой. При систематизации материала по теме важно сравнивать определения основных понятий даваемые разными авторами. Сравнение необходимо для того, чтобы выбрать наиболее краткое и точное определение, а также для выделения основных признаков научного понятия, на которое обращают внимание различные авторы