

**Министерство науки и высшего образования РФ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Национальный исследовательский университет «МЭИ»**

**Направление подготовки/специальность: 38.03.02 Менеджмент**

**Наименование образовательной программы: Маркетинг**

**Уровень образования: высшее образование - бакалавриат**

**Форма обучения: Очно-заочная**

**Оценочные материалы  
по дисциплине  
Маркетинг персонала**

**Москва  
2022**

## ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ РАЗРАБОТАЛ:

Преподаватель

(должность)

	Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»	
	Сведения о владельце ЦЭП МЭИ	
	Владелец	Вольная С.А.
	Идентификатор	R09d4f34a-VolnayaSA-857582a9

(подпись)

С.А. Вольная

(расшифровка  
подписи)

## СОГЛАСОВАНО:

Руководитель  
образовательной  
программы

(должность, ученая степень,  
ученое звание)

	Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»	
	Сведения о владельце ЦЭП МЭИ	
	Владелец	Колесникова О.В.
	Идентификатор	R3162f4d9-KolesnikovaOV-4017a20

(подпись)

О.В.  
Колесникова

(расшифровка  
подписи)

Заведующий  
выпускающей  
кафедры

(должность, ученая степень,  
ученое звание)

	Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»	
	Сведения о владельце ЦЭП МЭИ	
	Владелец	Кетоева Н.Л.
	Идентификатор	R56dba1ba-KetoyevaNL-5403d8c5

(подпись)

Н.Л. Кетоева

(расшифровка  
подписи)

## ОБЩАЯ ЧАСТЬ

Оценочные материалы по дисциплине предназначены для оценки: достижения обучающимися запланированных результатов обучения по дисциплине, этапа формирования запланированных компетенций и уровня освоения дисциплины.

Оценочные материалы по дисциплине включают оценочные средства для проведения мероприятий текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации.

Формируемые у обучающегося компетенции:

1. ПК-1 владением навыками использования основных теорий мотивации, лидерства и власти для решения стратегических и оперативных управленческих задач, а также для организации групповой работы на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды, умение проводить аудит человеческих ресурсов и осуществлять диагностику организационной культуры

2. ПК-6 способностью участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений

и включает:

**для текущего контроля успеваемости:**

Форма реализации: Письменная работа

1. Компетенция как основа стратегии развития персонала (Контрольная работа)
2. Концепция внутреннего маркетинга. Маркетинговые исследования потребности в персонале (Контрольная работа)
3. Концепция маркетинга рабочей силы (Контрольная работа)
4. Сущность маркетинга персонала (Контрольная работа)

### БРС дисциплины

10 семестр

Раздел дисциплины	Веса контрольных мероприятий, %				
	Индекс КМ:	КМ-1	КМ-2	КМ-3	КМ-4
	Срок КМ:	3	7	11	14
Сущность маркетинга персонала					
Сущность и принципы маркетинга персонала	+			+	
Концепция маркетинга рабочей силы					
Маркетинговые исследования рынка труда			+	+	
Рынок труда и его особенности			+	+	
Концепция внутреннего маркетинга. Маркетинговые исследования потребности в персонале					

Внутренний маркетинг персонала			+	+
Компетенция как основа стратегии развития персонала				
Стратегическое развитие персонала				+
Вес КМ:	20	25	25	30

\$Общая часть/Для промежуточной аттестации\$

## СОДЕРЖАНИЕ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ

### *I. Оценочные средства для оценки запланированных результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций*

Индекс компетенции	Индикатор	Запланированные результаты обучения по дисциплине	Контрольная точка
ПК-1	ПК-1(Компетенция)	Знать: Тенденции развития рынка труда Уметь: Проводить анализ состояния и тенденций развития рынка труда	Сущность маркетинга персонала (Контрольная работа) Компетенция как основа стратегии развития персонала (Контрольная работа)
ПК-6	ПК-6(Компетенция)	Знать: Основы разработки и реализации концепции управления персоналом, кадровой политики организации и также основы формирования и использования трудового потенциала организации Уметь: Применять на практике знания основ разработки и реализации концепции управления персоналом, кадровой политики организации и также основ формирования и использования трудового	Концепция маркетинга рабочей силы (Контрольная работа) Концепция внутреннего маркетинга. Маркетинговые исследования потребности в персонале (Контрольная работа)

		потенциала организаци	
--	--	-----------------------	--

## **II. Содержание оценочных средств. Шкала и критерии оценивания**

### **КМ-1. Сущность маркетинга персонала**

**Формы реализации:** Письменная работа

**Тип контрольного мероприятия:** Контрольная работа

**Вес контрольного мероприятия в БРС:** 20

**Процедура проведения контрольного мероприятия:** Выдача заданий по вариантам. Продолжительность контроля составляет 45 минут. Выполнение заданий индивидуально. Проверка заданий производится преподавателем

**Краткое содержание задания:**

Контрольная работа ориентирована на проверку знаний и основных определений

**Контрольные вопросы/задания:**

Знать: Тенденции развития рынка труда	1.Цель стратегии маркетинга персонала 2.Сущность и понятие маркетинга персонала
---------------------------------------	--

**Описание шкалы оценивания:**

*Оценка: 5*

*Нижний порог выполнения задания в процентах: 80*

*Описание характеристики выполнения знания:* Оценка "отлично" выставляется если задание выполнено в полном объеме или выполнено преимущественно верно

*Оценка: 4*

*Нижний порог выполнения задания в процентах: 60*

*Описание характеристики выполнения знания:* Оценка "хорошо" выставляется если большинство вопросов раскрыто. выбрано верное направление для решения задач

*Оценка: 3*

*Нижний порог выполнения задания в процентах: 50*

*Описание характеристики выполнения знания:* Оценка "удовлетворительно" выставляется если задание преимущественно выполнено

### **КМ-2. Концепция маркетинга рабочей силы**

**Формы реализации:** Письменная работа

**Тип контрольного мероприятия:** Контрольная работа

**Вес контрольного мероприятия в БРС:** 25

**Процедура проведения контрольного мероприятия:** Выдача заданий по вариантам. Продолжительность контроля составляет 45 минут. Выполнение заданий индивидуально. Проверка заданий производится преподавателем

**Краткое содержание задания:**

Контрольная работа ориентирована на проверку теоретических и практических знаний по теме "Концепция маркетинга рабочей силы"

**Контрольные вопросы/задания:**

Уметь: Применять на практике знания основ разработки и реализации концепции	1.Применять подходы позиционирования товара на рынке рабочей силы
---	---

управления персоналом, кадровой политики организации и также основ формирования и использования трудового потенциала организации	
--	--

**Описание шкалы оценивания:**

*Оценка: 5*

*Нижний порог выполнения задания в процентах: 80*

*Описание характеристики выполнения знания: Оценка "отлично" выставляется если задание выполнено в полном объеме или выполнено преимущественно верно*

*Оценка: 4*

*Нижний порог выполнения задания в процентах: 60*

*Описание характеристики выполнения знания: Оценка "хорошо" выставляется если большинство вопросов раскрыто. выбрано верное направление для решения задач*

*Оценка: 3*

*Нижний порог выполнения задания в процентах: 50*

*Описание характеристики выполнения знания: Оценка "удовлетворительно" выставляется если задание преимущественно выполнено*

**КМ-3. Концепция внутреннего маркетинга. Маркетинговые исследования потребности в персонале**

**Формы реализации:** Письменная работа

**Тип контрольного мероприятия:** Контрольная работа

**Вес контрольного мероприятия в БРС:** 25

**Процедура проведения контрольного мероприятия:** Выдача заданий по вариантам. Продолжительность контроля составляет 45 минут. Выполнение заданий индивидуально. Проверка заданий производится преподавателем

**Краткое содержание задания:**

Контрольная работа нацелена на проверку теоретических знаний студентов по теме “Концепция внутреннего маркетинга. Маркетинговые исследования потребности в персонале”

**Контрольные вопросы/задания:**

Знать: Основы разработки и реализации концепции управления персоналом, кадровой политики организации и также основы формирования и использования трудового потенциала организации	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.Какие факторы влияют на формирование персоналимиджа</li> <li>2.Сущность и концепция внутреннего маркетинга</li> </ol>
---	--

**Описание шкалы оценивания:**

*Оценка: 5*

*Нижний порог выполнения задания в процентах: 80*

*Описание характеристики выполнения знания: Оценка "отлично" выставляется если задание выполнено в полном объеме или выполнено преимущественно верно*

*Оценка: 4*

*Нижний порог выполнения задания в процентах: 60*

*Описание характеристики выполнения знания: Оценка "хорошо" выставляется если большинство вопросов раскрыто. выбрано верное направление для решения задач*

*Оценка: 3*

*Нижний порог выполнения задания в процентах: 50*

*Описание характеристики выполнения знания: Оценка "удовлетворительно" выставляется если задание преимущественно выполнено*

#### **КМ-4. Компетенция как основа стратегии развития персонала**

**Формы реализации:** Письменная работа

**Тип контрольного мероприятия:** Контрольная работа

**Вес контрольного мероприятия в БРС:** 30

**Процедура проведения контрольного мероприятия:** Выдача заданий по вариантам. Продолжительность контроля составляет 45 минут. Выполнение заданий индивидуально. Проверка заданий производится преподавателем

#### **Краткое содержание задания:**

Контрольная работа направлена на проверку знаний по всем разделам данной дисциплины

#### **Контрольные вопросы/задания:**

Уметь: Проводить анализ состояния и тенденций развития рынка труда	1.Отличать стратегии менеджмента организации от кадрового менеджмента
--	---

#### **Описание шкалы оценивания:**

*Оценка: 5*

*Нижний порог выполнения задания в процентах: 80*

*Описание характеристики выполнения знания: Оценка "отлично" выставляется если задание выполнено в полном объеме или выполнено преимущественно верно*

*Оценка: 4*

*Нижний порог выполнения задания в процентах: 60*

*Описание характеристики выполнения знания: Оценка "хорошо" выставляется если большинство вопросов раскрыто. выбрано верное направление для решения задач*

*Оценка: 3*

*Нижний порог выполнения задания в процентах: 50*

*Описание характеристики выполнения знания: Оценка "удовлетворительно" выставляется если задание преимущественно выполнено*

# СОДЕРЖАНИЕ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

10 семестр

Форма промежуточной аттестации: Зачет с оценкой

Пример билета

<b>НИУ «МЭИ»</b>	<b>ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 1</b> Кафедра менеджмента в энергетике и промышленности	<i>Утверждаю</i> <i>Зав. кафедрой</i>  «    »    2021 г.
		Дисциплина «Маркетинг персонала» <b>Инженерно - экономический институт</b>
1. Определение маркетинга персонала 2. Жизненный цикл товара "рабочая сила" 3. Практическое задание		

## Процедура проведения

Ответить на теоретические вопросы. Студент отвечает письменно 60 минут

## *1. Перечень компетенций/индикаторов и контрольных вопросов проверки результатов освоения дисциплины*

### **1. Компетенция/Индикатор: ПК-1(Компетенция)**

#### **Вопросы, задания**

- 1.Связь стратегий кадрового менеджмента и менеджмента организацией
- 2.Спрос и предложение на рынке труда
- 3.Жизненный цикл товара "рабочая сила"
- 4.Составные компоненты рынка труда
- 5.Определение маркетинга персонала
- 6.Этапы процесса управления маркетингом рабочей силы

#### **Материалы для проверки остаточных знаний**

- 1.Поведенческим признаком сегментирования рынка труда является

Ответы:

- а) мотивационные установки
- б) тип личности
- в) уровень дохода

Верный ответ: а) мотивационные установки

- 2.Основные инструменты изучения имиджа – это

Ответы:

- а) изучение недовольства среди сотрудников
- б) целенаправленное изучение рынка труда и имиджа организации
- в) анализ прибыли

Верный ответ: а) изучение недовольства среди сотрудников б) целенаправленное изучение рынка труда и имиджа организации

3. Основными составляющими маркетинга персонала НЕ являются

Ответы:

- а) разработка качественных требований к персоналу
- б) определение количественной и качественной потребности в персонале
- в) изучение рынка и запросов потребителей
- г) расчет затрат на приобретение и дальнейшее использование персонала
- д) выбор путей покрытия потребности в персонале
- е) деловая оценка персонала
- ж) анализ и контроль эффективности распределения трудовых ресурсов организации по должностным позициям

Верный ответ: в) изучение рынка и запросов потребителей

4. Маркетинг персонала - это

Ответы:

- а) вид управленческой деятельности, направленный на определение и покрытие потребности в персонале
- б) такая поведенческая культура, в которой имиджевые регуляторы осмысливаются персоналом как общественная необходимость
- в) анализ ситуации на рынке труда для регулирования потребности в специалистах дефицитных специальностей
- г) анализ ожиданий нынешних и потенциальных сотрудников (например, при найме на работу), а также определение выполнимости и реальной степени исполнения этих ожиданий
- д) формирование конкурентоспособного работника и нахождение ему рыночной ниши

Верный ответ: а) вид управленческой деятельности, направленный на определение и покрытие потребности в персонале

5. В теории маркетинга персонала принято выделять две основные функции маркетинга персонала

Ответы:

- а) мотивационную и контролирующую
- б) организационную и информирующую
- в) мотивационную и коммуникационную
- г) информационную и коммуникационную

Верный ответ: г) информационную и коммуникационную

6. Внутренним фактором маркетинга персонала не является

Ответы:

- а) развитие технологии
- б) цели организации
- в) кадровый потенциал
- г) финансовые ресурсы

Верный ответ: а) развитие технологии

## 2. Компетенция/Индикатор: ПК-6(Компетенция)

### Вопросы, задания

1. Концепции маркетинга рабочей силы
2. Цель и задачи маркетинга персонала
3. Факторы, которые используются для сегментации рынка труда
4. Цель стратегического развития персонала
5. Принципы маркетинга персонала

## Материалы для проверки остаточных знаний

1. Рынок труда сегментируется по трем группам критериям: социально-экономическим

Ответы:

- а) поведенческим
- б) географическим
- в) психографическим
- г) половозрастным
- д) национальным

Верный ответ: а) поведенческим в) психографическим

2. Маркетинг персонала определяет рабочее место как

Ответы:

- а) продукт, который продается на рынке труда
- б) возможность карьерного роста
- в) объект трудовых отношений
- г) возможность извлечения дохода

Верный ответ: а) продукт, который продается на рынке труда

3. На сколько этапов можно разделить процесс планирования персонального развития любого человека

Ответы:

- а) на 2
- б) на 3
- в) на 4
- г) на 6

Верный ответ: б) на 3

4. Технология маркетинга персонала НЕ предполагает

Ответы:

- а) организацию найма, отбора
- б) деловую оценку персонала
- в) адаптацию персонала
- г) анализ возможностей организации на перспективу

Верный ответ: г) анализ возможностей организации на перспективу

5. К основным направлениям анализа персонала-имиджа НЕ относится

Ответы:

- а) опрос общественного мнения
- б) изучение заявительных документов, причин текучести кадров, простоев и прогулов
- в) экономический анализ товара
- г) учет настроений в коллективе; проведение собеседований с работниками, ознакомление с мнением совета организации

Верный ответ: в) экономический анализ товара

## II. Описание шкалы оценивания

*Оценка: 5*

*Нижний порог выполнения задания в процентах: 90*

*Описание характеристики выполнения знания: Работа выполнена в рамках "продвинутого" уровня. Ответы даны верно, четко сформулированные особенности практических решений, с мелкими погрешностями*

*Оценка: 4*

*Нижний порог выполнения задания в процентах: 60*

*Описание характеристики выполнения знания: Работа выполнена в рамках "базового" уровня. Большинство ответов даны верно. В части материала есть незначительные недостатки*

*Оценка: 3*

*Нижний порог выполнения задания в процентах: 50*

*Описание характеристики выполнения знания: Работа выполнена в рамках "порогового" уровня. Основная часть задания выполнена верно. на вопросы углубленного уровня*

### ***III. Правила выставления итоговой оценки по курсу***

Итоговая оценка по курсу выставляется с учетом промежуточной аттестации и текущей