

**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-3 Способен осуществлять деятельность по выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, изучать и прогнозировать спрос потребителей

ИД-1 Демонстрирует знание методов изучения и прогнозирования спроса с учетом требований потребителей на определенных сегментах рынка

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-3	ИД-1ПК-3 Демонстрирует знание методов изучения и прогнозирования спроса с учетом требований потребителей на определенных сегментах рынка	Знать: Тенденции развития рынка труда Основы разработки и реализации концепции управления персоналом, кадровой политики организации и также основы формирования и использования трудового потенциала организации Уметь: Проводить анализ состояния и тенденций развития рынка труда Применять на практике знания основ разработки и реализации концепции управления персоналом, кадровой политики организации и также основ формирования и использования трудового потенциала организации	Сущность маркетинга персонала (Контрольная работа) Концепция маркетинга рабочей силы (Контрольная работа) Концепция внутреннего маркетинга. Маркетинговые исследования потребности в персонале (Контрольная работа) Компетенция как основа стратегии развития персонала (Контрольная работа)

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.Отличать внутренний и внешний рынок труда 2.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	1.Какие факторы влияют на формирование персона- имиджа 2.Сущность и концепция внутреннего маркетинга
---	--

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 2.Определять влияние внешнего рынка труда на развитие 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

СОДЕРЖАНИЕ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

10 семестр

Форма промежуточной аттестации: Зачет с оценкой

Пример билета

НИУ «МЭИ»	ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 1 Кафедра менеджмента в энергетике и промышленности	Утверждаю Зав. кафедрой
		« » 2021 г.
		Дисциплина «Маркетинг персонала»
		Инженерно - экономический институт
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: ИД-1_{ПК-3} Демонстрирует знание методов изучения и прогнозирования спроса с учетом требований потребителей на определенных сегментах рынка

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
6. Связь стратегий кадрового менеджмента и менеджмента организацией
7. Спрос и предложение на рынке труда
8. Жизненный цикл товара "рабочая сила"
9. Составные компоненты рынка труда
10. Определение маркетинга персонала
11. Этапы процесса управления маркетингом рабочей силы

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

6.Поведенческим признаком сегментирования рынка труда является

Ответы:

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

Верный ответ: а) мотивационные установки

7.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

8.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

9.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

10.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

11.Внутренним фактором маркетинга персонала не является

Ответы:

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

Верный ответ: а) развитие технологии

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