

**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


**Рабочая программа дисциплины**  
**МАРКЕТИНГ ПЕРСОНАЛА**

|  |   |
|--|---|
| <b>Блок:</b>                             | <b>Блок 1 «Дисциплины (модули)»</b>                             |
| <b>Часть образовательной программы:</b>  | <b>Часть, формируемая участниками образовательных отношений</b> |
| <b>№ дисциплины по учебному плану:</b>   | <b>Б1.Ч.10.09</b>   |
| <b>Трудоемкость в зачетных единицах:</b> | <b>10 семестр - 4;</b>  |
| <b>Часов (всего) по учебному плану:</b>  | <b>144 часа</b>   |
| <b>Лекции</b>                            | <b>10 семестр - 16 часов;</b>                                   |
| <b>Практические занятия</b>              | <b>10 семестр - 12 часов;</b>                                   |
| <b>Лабораторные работы</b>               | <b>не предусмотрено учебным планом</b>                          |
| <b>Консультации</b>                      | <b>проводится в рамках часов аудиторных занятий</b>             |
| <b>Самостоятельная работа</b>            | <b>10 семестр - 115,7 часов;</b>                                |
| <b>в том числе на КП/КР</b>              | <b>не предусмотрено учебным планом</b>                          |
| <b>Иная контактная работа</b>            | <b>проводится в рамках часов аудиторных занятий</b>             |
| <b>включая:</b>                          |   |
| <b>Контрольная работа</b>                |   |
| <b>Промежуточная аттестация:</b>         |   |
| <b>Зачет с оценкой</b>                   | <b>10 семестр - 0,30 часа;</b>                                  |

**Москва 2025**

**ПРОГРАММУ СОСТАВИЛ:**


Преподаватель

|   |  |                                |
|---|--|--------------------------------|
|  | Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ» |                                |
|   | Сведения о владельце ЦЭП МЭИ                       |                                |
|   | Владелец   | Бузулуцкая М.В.                |
|   | Идентификатор                                      | R63c9420d-BuzulutskyaMV-7f504c |

М.В. Бузулуцкая


**СОГЛАСОВАНО:**

Руководитель  
образовательной  
программы

|   |  |                                |
|---|--|--------------------------------|
|  | Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ» |                                |
|   | Сведения о владельце ЦЭП МЭИ                       |                                |
|   | Владелец   | Колесникова О.В.               |
|   | Идентификатор                                      | R3162f4d9-KolesnikovaOV-4017a2 |

О.В.  
Колесникова

Заведующий выпускающей  
кафедрой

|   |  |                              |
|---|--|------------------------------|
|  | Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ» |                              |
|   | Сведения о владельце ЦЭП МЭИ                       |                              |
|   | Владелец   | Кетоева Н.Л.                 |
|   | Идентификатор                                      | R56dba1ba-KetoyevaNL-5403d8c |

Н.Л. Кетоева

## 1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

**Цель освоения дисциплины:** Изучение маркетингового инструментария в управлении персоналом, позволяющего эффективно удовлетворять потребность в квалифицированном персонале.

### Задачи дисциплины

- Маркетинга персонала в системе управления персоналом организации;
- Формирование представления о рынке труда и его основных сегментах;
- Освоение инструментария маркетинговых исследований на рынке труда;
- Формирование понимания роли маркетинга персонала в стратегическом развитии организации.

Формируемые у обучающегося **компетенции** и запланированные **результаты обучения** по дисциплине, соотнесенные с **индикаторами достижения компетенций**:

| Код и наименование компетенции  | Код и наименование индикатора достижения компетенции   | Запланированные результаты обучения  |
|---|--|--|
| ПК-2 Способен осуществлять деятельность по выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, изучать и прогнозировать спрос потребителей | ИД-1 <sub>ПК-2</sub> Демонстрирует знание методов изучения и прогнозирования спроса с учетом требований потребителей на определенных сегментах рынка | знать:<br>- Основы разработки и реализации концепции управления персоналом, кадровой политики организации и также основы формирования и использования трудового потенциала организации;<br>- Тенденции развития рынка труда.<br><br>уметь:<br>- Применять на практике знания основ разработки и реализации концепции управления персоналом, кадровой политики организации и также основ формирования и использования трудового потенциала организации;<br>- Проводить анализ состояния и тенденций развития рынка труда. |

## 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ВО

Дисциплина относится к основной профессиональной образовательной программе Маркетинг (далее – ОПОП), направления подготовки 38.03.02 Менеджмент, уровень образования: высшее образование - бакалавриат.

Базируется на уровне среднего общего образования.

Результаты обучения, полученные при освоении дисциплины, необходимы при выполнении выпускной квалификационной работы.

### 3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

#### 3.1 Структура дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единицы, 144 часа.

| № п/п | Разделы/темы дисциплины/формы промежуточной аттестации | Всего часов на раздел | Семестр | Распределение трудоемкости раздела (в часах) по видам учебной работы |     |    |              |   |     |    |    |                   |                                   | Содержание самостоятельной работы/ методические указания  |   |
|-------|--|-----------------------|---------|--|-----|----|--------------|---|-----|----|----|-------------------|-----------------------------------|---|---|
|       |  |                       |         | Контактная работа  |     |    |              |   |     |    | СР |                   |                                   |   |   |
|       |  |                       |         | Лек  | Лаб | Пр | Консультация |   | ИКР |    | ПА | Работа в семестре | Подготовка к аттестации /контроль |   |   |
| КПР   | ГК   | ИККП                  | ТК      |  |     |    |              |   |     |    |    |                   |                                   |   |   |
| 1     | 2  | 3                     | 4       | 5  | 6   | 7  | 8            | 9 | 10  | 11 | 12 | 13                | 14                                | 15  |   |
| 1     | Сущность маркетинга персонала                          | 26                    | 10      | 3  | -   | 3  | -            | - | -   | -  | -  | 20                | -                                 | <p><b><u>Подготовка домашнего задания:</u></b><br/>Подготовка домашнего задания направлена на отработку умений решения профессиональных задач. Домашнее задание выдается студентам по изученному в разделе "Сущность маркетинга персонала. Рынок труда." материалу. Дополнительно студенту необходимо изучить литературу и разобрать примеры выполнения подобных заданий. Проверка домашнего задания проводится по представленным письменным работам.</p> <p><b><u>Изучение материалов литературных источников:</u></b><br/>[1], п.1<br/>[2], п.1</p> |   |
| 1.1   | Сущность и принципы маркетинга персонала               | 26                    |         | 3  | -   | 3  | -            | - | -   | -  | -  | 20                | -                                 |   |   |
| 2     | Концепция маркетинга рабочей силы                      | 48                    |         | 6  | -   | 4  | -            | - | -   | -  | -  | 38                | -                                 |   | <p><b><u>Самостоятельное изучение теоретического материала:</u></b> Изучение дополнительного материала по разделу "Концепция маркетинга рабочей силы"</p> <p><b><u>Подготовка домашнего задания:</u></b><br/>Подготовка домашнего задания направлена на отработку умений решения профессиональных задач. Домашнее задание выдается студентам по изученному в разделе "Концепция маркетинга рабочей силы" материалу. Дополнительно студенту необходимо изучить литературу и разобрать примеры выполнения подобных заданий.</p> |
| 2.1   | Маркетинговые исследования рынка труда                 | 24                    |         | 3  | -   | 2  | -            | - | -   | -  | -  | 19                | -                                 |   |   |
| 2.2   | Рынок труда и его особенности                          | 24                    |         | 3  | -   | 2  | -            | - | -   | -  | -  | 19                | -                                 |   |   |

|     |  |    |   |   |   |   |   |   |   |   |    |   |  |
|-----|--|----|---|---|---|---|---|---|---|---|----|---|--|
|     |  |    |   |   |   |   |   |   |   |   |    |   | Проверка домашнего задания проводится по представленным письменным работам.<br><b><u>Изучение материалов литературных источников:</u></b><br>[1], п.3<br>[2], п.2  |
| 3   | Концепция внутреннего маркетинга. Маркетинговые исследования потребности в персонале | 24 | 3 | - | 2 | - | - | - | - | - | 19 | - | <b><u>Самостоятельное изучение теоретического материала:</u></b> Изучение дополнительного материала по разделу "Концепция и управление внутреннего маркетинга"<br><b><u>Подготовка домашнего задания:</u></b> Подготовка домашнего задания направлена на отработку умений решения профессиональных задач. Домашнее задание выдается студентам по изученному в разделе "Концепция и управление внутреннего маркетинга" материалу. Дополнительно студенту необходимо изучить литературу и разобрать примеры выполнения подобных заданий. Проверка домашнего задания проводится по представленным письменным работам.<br><b><u>Изучение материалов литературных источников:</u></b><br>[2], п.3 |
| 3.1 | Внутренний маркетинг персонала   | 24 | 3 | - | 2 | - | - | - | - | - | 19 | - | на отработку умений решения профессиональных задач. Домашнее задание выдается студентам по изученному в разделе "Концепция и управление внутреннего маркетинга" материалу. Дополнительно студенту необходимо изучить литературу и разобрать примеры выполнения подобных заданий. Проверка домашнего задания проводится по представленным письменным работам.<br><b><u>Изучение материалов литературных источников:</u></b><br>[2], п.3   |
| 4   | Компетенция как основа стратегии развития персонала                                  | 28 | 4 | - | 3 | - | - | - | - | - | 21 | - | <b><u>Самостоятельное изучение теоретического материала:</u></b> Изучение дополнительного материала по разделу "Компетенция как основа стратегии развития персонала"<br><b><u>Подготовка к контрольной работе:</u></b> Изучение материалов по разделу Компетенция как основа стратегии развития персонала и подготовка к контрольной работе<br><b><u>Подготовка к текущему контролю:</u></b> Повторение материала по разделу "Компетенция как основа стратегии развития  |
| 4.1 | Стратегическое развитие персонала  | 28 | 4 | - | 3 | - | - | - | - | - | 21 | - | "Компетенция как основа стратегии развития персонала"<br><b><u>Подготовка к контрольной работе:</u></b> Изучение материалов по разделу Компетенция как основа стратегии развития персонала и подготовка к контрольной работе<br><b><u>Подготовка к текущему контролю:</u></b> Повторение материала по разделу "Компетенция как основа стратегии развития   |

|  |                         |               |           |          |           |          |          |          |          |             |               |              |  |
|--|-------------------------|---------------|-----------|----------|-----------|----------|----------|----------|----------|-------------|---------------|--------------|--|
|  |                         |               |           |          |           |          |          |          |          |             |               |              | персонала"<br><b><u>Изучение материалов литературных источников:</u></b><br>[2], п.4 |
|  | Зачет с оценкой         | 18.00         | -         | -        | -         | -        | -        | -        | -        | 0.30        | -             | 17.70        |  |
|  | <b>Всего за семестр</b> | <b>144.00</b> | <b>16</b> | <b>-</b> | <b>12</b> | <b>-</b> | <b>-</b> | <b>-</b> | <b>-</b> | <b>0.30</b> | <b>98</b>     | <b>17.70</b> |  |
|  | <b>Итого за семестр</b> | <b>144.00</b> | <b>16</b> | <b>-</b> | <b>12</b> | <b>-</b> | <b>-</b> | <b>-</b> | <b>-</b> | <b>0.30</b> | <b>115.70</b> |              |  |

**Примечание:** Лек – лекции; Лаб – лабораторные работы; Пр – практические занятия; КПр – аудиторные консультации по курсовым проектам/работам; ИККП – индивидуальные консультации по курсовым проектам/работам; ГК- групповые консультации по разделам дисциплины; СР – самостоятельная работа студента; ИКР – иная контактная работа; ТК – текущий контроль; ПА – промежуточная аттестация

### **3.2 Краткое содержание разделов**

#### 1. Сущность маркетинга персонала

##### 1.1. Сущность и принципы маркетинга персонала

Товар «рабочая сила» в системе маркетинга. Понятие и условия функционирования рынка труда. Принципы исследования рынка рабочей силы.

#### 2. Концепция маркетинга рабочей силы

##### 2.1. Маркетинговые исследования рынка труда

Концепция маркетинга рабочей силы. Конкурентоспособность и жизненный цикл товара «рабочая сила». Позиционирование товара «рабочая сила» на рынке труда. Основные источники покрытия потребности в товаре «рабочая сила».

##### 2.2. Рынок труда и его особенности

Основные сегменты рынка труда. Соотношение спроса и предложения на рынке труда. Структура населения. Функции маркетинга в сфере занятости.

#### 3. Концепция внутреннего маркетинга. Маркетинговые исследования потребности в персонале

##### 3.1. Внутренний маркетинг персонала

Кадровый аудит в маркетинге персонала. Имидж организации как работодателя. Концепция внутреннего маркетинга. Управление маркетингом персонала.

#### 4. Компетенция как основа стратегии развития персонала

##### 4.1. Стратегическое развитие персонала

Связь стратегий кадрового менеджмента и менеджмента организацией. Компетенция как основа стратегии развития персонала. Социальное партнерство в стратегии развития персонала.

### **3.3. Темы практических занятий**

1. Сущность и принципы маркетинга персонала;
2. Маркетинговые исследования рынка труда;
3. Внутренний маркетинг персонала;
4. Стратегическое развитие персонала;
5. Рынок труда и его особенности.

### **3.4. Темы лабораторных работ** не предусмотрено

### **3.5 Консультации**

### **3.6 Тематика курсовых проектов/курсовых работ** Курсовой проект/ работа не предусмотрены

### 3.7. Соответствие разделов дисциплины и формируемых в них компетенций

| Запланированные результаты обучения по дисциплине<br>(в соответствии с разделом 1)  | Коды индикаторов | Номер раздела дисциплины (в соответствии с п.3.1) |   |   |   | Оценочное средство (тип и наименование)   |
|---|------------------|---|---|---|---|---|
|   |                  | 1   | 2 | 3 | 4 |   |
| <b>Знать:</b>   |                  |   |   |   |   |   |
| Тенденции развития рынка труда  | ИД-1пк-2         | +   |   |   |   | Контрольная работа/Сущность маркетинга персонала  |
| Основы разработки и реализации концепции управления персоналом, кадровой политики организации и также основы формирования и использования трудового потенциала организации                            | ИД-1пк-2         |   |   | + |   | Контрольная работа/Концепция внутреннего маркетинга. Маркетинговые исследования потребности в персонале |
| <b>Уметь:</b>   |                  |   |   |   |   |   |
| Проводить анализ состояния и тенденций развития рынка труда   | ИД-1пк-2         | +   | + | + | + | Контрольная работа/Компетенция как основа стратегии развития персонала                                  |
| Применять на практике знания основ разработки и реализации концепции управления персоналом, кадровой политики организации и также основ формирования и использования трудового потенциала организации | ИД-1пк-2         |   | + |   |   | Контрольная работа/Концепция маркетинга рабочей силы  |



#### **4. КОМПЕТЕНТНОСТНО-ОРИЕНТИРОВАННЫЕ ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ КОНТРОЛЯ ОСВОЕНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (ТЕКУЩИЙ КОНТРОЛЬ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНАЯ АТТЕСТАЦИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ)**

##### **4.1. Текущий контроль успеваемости**

**10 семестр**

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)

Балльно-рейтинговая структура дисциплины является приложением А.

##### **4.2 Промежуточная аттестация по дисциплине**

*Зачет с оценкой (Семестр №10)*

Итоговая оценка по курсу выставляется с учетом промежуточной аттестации и текущей

В диплом выставляется оценка за 10 семестр.

**Примечание:** Оценочные материалы по дисциплине приведены в фонде оценочных материалов ОПОП.

#### **5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

##### **5.1 Печатные и электронные издания:**

1. Бухалков, М. И. Управление персоналом : учебник для вузов по экономическим специальностям / М. И. Бухалков . – 2-е изд . – М. : ИНФРА-М, 2011 . – 400 с. – (Высшее образование) . - ISBN 978-5-16-003112-5 .;
2. А. А. Владыкина- "Инновационные технологии управления персоналом", Издательство: "б.и.", Таганрог, 2020 - (113 с.)  
<https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=597443>.

##### **5.2 Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение:**

1. СДО "Прометей";
2. Office / Российский пакет офисных программ;
3. Windows / Операционная система семейства Linux;
4. Видеоконференции (Майнд, Сберджаз, ВК и др).

##### **5.3 Интернет-ресурсы, включая профессиональные базы данных и информационно-справочные системы:**

1. ЭБС Лань - <https://e.lanbook.com/>
2. Научная электронная библиотека - <https://elibrary.ru/>
3. База данных Web of Science - <http://webofscience.com/>
4. База данных Scopus - <http://www.scopus.com>
5. Национальная электронная библиотека - <https://rusneb.ru/>
6. Электронная библиотека МЭИ (ЭБ МЭИ) - <http://elib.mpei.ru/login.php>
7. Портал открытых данных Российской Федерации - <https://data.gov.ru>

8. База открытых данных Министерства труда и социальной защиты РФ - <https://rosmintrud.ru/opendata>
9. База открытых данных профессиональных стандартов Министерства труда и социальной защиты РФ - <http://profstandart.rosmintrud.ru/obshchiy-informatsionnyy-blok/natsionalnyy-reestr-professionalnykh-standartov/>
10. База открытых данных Министерства экономического развития РФ - <http://www.economy.gov.ru>
11. База открытых данных Росфинмониторинга - <http://www.fedsfm.ru/opendata>
12. Электронная открытая база данных "Polpred.com Обзор СМИ" - <https://www.polpred.com>
13. Национальный портал онлайн обучения «Открытое образование» - <https://openedu.ru>
14. Официальный сайт Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии - <http://protect.gost.ru/>
15. Открытая университетская информационная система «РОССИЯ» - <https://uisrussia.msu.ru>

## 6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

| Тип помещения   | Номер аудитории, наименование                                     | Оснащение  |
|---|---|--|
| Учебные аудитории для проведения лекционных занятий и текущего контроля | К-520, Аудитория для проведения интерактивных занятий кафедры МЭП | кресло рабочее, парта со скамьей, стол преподавателя, стол, стул, трибуна, вешалка для одежды, тумба, доска меловая, компьютерная сеть с выходом в Интернет, мультимедийный проектор, экран, кондиционер, стенд учебный, мел, маркер, стилус |
| Учебные аудитории для проведения практических занятий, КР и КП          | К-511, Аудитория для проведения интерактивных занятий кафедры МЭП | кресло рабочее, парта со скамьей, стол преподавателя, стул, трибуна, вешалка для одежды, тумба, доска меловая, компьютерная сеть с выходом в Интернет, мультимедийный проектор, экран, кондиционер, стенд учебный, мел, маркер, стилус       |
| Учебные аудитории для проведения промежуточной аттестации               | К-509, Аудитория для проведения интерактивных занятий кафедры МЭП | кресло рабочее, парта со скамьей, стол преподавателя, стул, трибуна, вешалка для одежды, тумба, доска меловая, компьютерная сеть с выходом в Интернет, мультимедийный проектор, экран, кондиционер, стенд учебный, мел, маркер, стилус       |
| Помещения для самостоятельной работы                                    | НТБ-302, Читальный зал отдела обслуживания учебной литературой    | стул, стол письменный, компьютерная сеть с выходом в Интернет, компьютер персональный  |
|   | НТБ-303, Лекционная аудитория                                     | стол компьютерный, стул, стол письменный, вешалка для одежды, компьютерная сеть с выходом в Интернет, компьютер персональный, принтер, кондиционер   |
| Помещения для консультирования  | К-514, Преподавательская кафедры МЭП                              | кресло рабочее, рабочее место сотрудника, стол, стул, шкаф для документов, шкаф для одежды, тумба, компьютерная сеть с   |

|  |   |   |
|--|---|---|
|  |   | <p>выходом в Интернет, колонки звуковые, многофункциональный центр, компьютер персональный, принтер, кондиционер, книги, учебники, пособия</p>  |
|  | <p>К-518, Кабинет сотрудников кафедры МЭП</p> | <p>кресло рабочее, рабочее место сотрудника, стол, стул, шкаф для документов, шкаф для одежды, тумба, компьютерная сеть с выходом в Интернет, колонки звуковые, доска маркерная, многофункциональный центр, ноутбук, компьютер персональный, принтер, кондиционер, книги, учебники, пособия</p> |

## БАЛЛЬНО-РЕЙТИНГОВАЯ СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

### Маркетинг персонала

(название дисциплины)

#### 10 семестр

**Перечень контрольных мероприятий текущего контроля успеваемости по дисциплине:**

КМ-1 Сущность маркетинга персонала (Контрольная работа)

КМ-2 Концепция маркетинга рабочей силы (Контрольная работа)

КМ-3 Концепция внутреннего маркетинга. Маркетинговые исследования потребности в персонале (Контрольная работа)

КМ-4 Компетенция как основа стратегии развития персонала (Контрольная работа)

**Вид промежуточной аттестации – Зачет с оценкой.**

| Номер раздела | Раздел дисциплины  | Индекс КМ: | КМ-1 | КМ-2 | КМ-3 | КМ-4 |
|---------------|--|------------|------|------|------|------|
|               |  | Неделя КМ: | 3    | 7    | 11   | 14   |
| 1             | Сущность маркетинга персонала  |            |      |      |      |      |
| 1.1           | Сущность и принципы маркетинга персонала   |            | +    |      |      | +    |
| 2             | Концепция маркетинга рабочей силы  |            |      |      |      |      |
| 2.1           | Маркетинговые исследования рынка труда   |            |      | +    |      | +    |
| 2.2           | Рынок труда и его особенности  |            |      | +    |      | +    |
| 3             | Концепция внутреннего маркетинга. Маркетинговые исследования потребности в персонале |            |      |      |      |      |
| 3.1           | Внутренний маркетинг персонала   |            |      |      | +    | +    |
| 4             | Компетенция как основа стратегии развития персонала                                  |            |      |      |      |      |
| 4.1           | Стратегическое развитие персонала  |            |      |      |      | +    |
| Вес КМ, %:    |  |            | 20   | 25   | 25   | 30   |