



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Магнитогорский государственный технический университет им. Г.И.
Носова»



УТВЕРЖДАЮ
Директор ИЭиУ
Е.С. Замбрицкая

05.02.2025 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

МАРКЕТИНГ ПЕРСОНАЛА И АУТСТАФФИНГ

Направление подготовки (специальность)
38.03.03 Управление персоналом

Направленность (профиль/специализация) программы
Управление персоналом в организации

Уровень высшего образования - бакалавриат

Форма обучения
очно-заочная

Институт/ факультет	Институт экономики и управления
Кафедра	Менеджмента и государственного управления
Курс	4

Магнитогорск
2025 год

Рабочая программа составлена на основе ФГОС ВО - бакалавриат по направлению подготовки 38.03.03 Управление персоналом (приказ Минобрнауки России от 12.08.2020 г. № 955)

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры Менеджмента и государственного управления 15.01.2025, протокол № 5

Зав. кафедрой  О.Л. Назарова

Рабочая программа одобрена методической комиссией ИЭиУ 05.02.2025 г. протокол № 3

Председатель  Е.С. Замбрицкая

Рабочая программа составлена:
доцент кафедры МиГУ, канд. филос. наук  Е.Г. Зиновьева

Рецензент:
начальник отдела кадров ОАО "ММК-МЕТИЗ",  Д.А. Попов

Лист актуализации рабочей программы

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для реализации в 2026 - 2027 учебном году на заседании кафедры Менеджмента и государственного управления

Протокол от _____ 20__ г. № ____
Зав. кафедрой _____ О.Л. Назарова

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для реализации в 2027 - 2028 учебном году на заседании кафедры Менеджмента и государственного управления

Протокол от _____ 20__ г. № ____
Зав. кафедрой _____ О.Л. Назарова

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для реализации в 2028 - 2029 учебном году на заседании кафедры Менеджмента и государственного управления

Протокол от _____ 20__ г. № ____
Зав. кафедрой _____ О.Л. Назарова

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для реализации в 2029 - 2030 учебном году на заседании кафедры Менеджмента и государственного управления

Протокол от _____ 20__ г. № ____
Зав. кафедрой _____ О.Л. Назарова

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для реализации в 2030 - 2031 учебном году на заседании кафедры Менеджмента и государственного управления

Протокол от _____ 20__ г. № ____
Зав. кафедрой _____ О.Л. Назарова

1 Цели освоения дисциплины (модуля)

формирование компетенций по маркетингу персонала, позволяющих студентам вести профессиональную деятельность, грамотно формировать политику управления персоналом организации, ориентироваться в ситуации на рынке труда и уметь использовать технологии маркетинга персонала в конкретных условиях организации; сформировать системное знание об основах и содержании аутстаффинга и личностную готовность реализовывать полученное знание в практической деятельности

2 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина Маркетинг персонала и аутстаффинг входит в часть учебного плана формируемую участниками образовательных отношений образовательной программы.

Для изучения дисциплины необходимы знания (умения, владения), сформированные в результате изучения дисциплин/ практик:

Социально-трудовые отношения

Управление человеческими ресурсами

Адаптация персонала

Современная психология труда

Управление маркетингом

Знания (умения, владения), полученные при изучении данной дисциплины будут необходимы для изучения дисциплин/практик:

Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена

Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы

Организационная культура

Планирование и прогнозирование показателей по труду

3 Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля) и планируемые результаты обучения

В результате освоения дисциплины (модуля) «Маркетинг персонала и аутстаффинг» обучающийся должен обладать следующими компетенциями:

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции
ПК-3	Способен организовывать адаптацию, стажировку персонала и проведение мероприятий по развитию и построению профессиональной карьеры персонала
ПК-3.1	Организует процесс эффективной работы коллектива, команды
ПК-3.2	Организует мероприятия по адаптации, стажировки персонала и построению профессиональной карьеры
ПК-3.3	Реализует программы социализации, профориентации и профессионализации персонала

4. Структура, объём и содержание дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единиц 108 акад. часов, в том числе:

- контактная работа – 8,5 акад. часов;
- аудиторная – 8 акад. часов;
- внеаудиторная – 0,5 акад. часов;
- самостоятельная работа – 95,6 акад. часов;
- в форме практической подготовки – 0 акад. час;

Форма аттестации - зачет

Раздел/ тема дисциплины	Курс	Аудиторная контактная работа (в акад. часах)			Самостоятельная работа студента	Вид самостоятельной работы	Форма текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации	Код компетенции
		Лек.	лаб. зан.	практ. зан.				
1. Теоретические основы маркетинга персонала								
1.1 Маркетинг персонала: подходы к определению, принципы, уровни и виды	4	0,25		0,25	10	Подготовка к практическому занятию Самостоятельное изучение учебной и научной литературы Работа с электронными библиотеками	Практическое занятие Устный опрос (собеседование) Тестирование	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3
1.2 Эволюция маркетинга персонала		0,25		0,25	10	Подготовка к практическому занятию Самостоятельное изучение учебной и научной литературы Работа с электронными библиотеками	Практическое занятие Устный опрос (собеседование) Тестирование	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3
1.3 Функции маркетинга персонала		0,5		0,5	10	Подготовка к практическому занятию Самостоятельное изучение учебной и научной литературы Работа с электронными библиотеками	Практическое занятие Устный опрос (собеседование) Тестирование	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3
Итого по разделу		1		1	30			

2. Технология маркетинга персонала								
2.1 Анализ источников и путей покрытия качественной и количественной потребности в персонале	4	0,5		0,5	10	Подготовка к практическому занятию Самостоятельное изучение учебной и научной литературы Работа с электронными библиотеками	Практическое занятие Устный опрос (собеседование) Тестирование	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3
2.2 Имидж организации и его использование в маркетинге персонала		0,5		0,5	11	Подготовка к практическому занятию Самостоятельное изучение учебной и научной литературы Работа с электронными библиотеками	Практическое занятие Устный опрос (собеседование) Тестирование	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3
2.3 Информационная, коммуникативная и ценовая функции маркетинга персонала		0,5		0,5	11	Подготовка к практическому занятию Самостоятельное изучение учебной и научной литературы Работа с электронными библиотеками	Практическое занятие Устный опрос (собеседование) Тестирование	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3
Итого по разделу		1,5		1,5	32			
3. Теоретические основы аутстаффинга								
3.1 Понятие и содержание аутстаффинга	4	0,5		0,5	11	Подготовка к практическому занятию Самостоятельное изучение учебной и научной литературы Работа с электронными библиотеками	Практическое занятие Устный опрос (собеседование) Тестирование	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3
3.2 Правовые понятия аутстаффинга в управлении персоналом		0,5		0,5	11	Подготовка к практическому занятию Самостоятельное изучение учебной и научной литературы Работа с электронными библиотеками	Практическое занятие Устный опрос (собеседование) Тестирование	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3
3.3 История возникновения		0,5		0,5	11,6	Подготовка к практическому занятию	Практическое занятие	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3

аутстаффинга в России и за рубежом						занятию Самостоятельное изучение учебной и научной литературы Работа с электронными библиотеками	Устный опрос (собеседование) Тестирование	
Итого по разделу		1,5		1,5	33,6			
Итого за семестр		4		4	95,6		зачёт	
Итого по дисциплине		4		4	95,6		зачет	

5 Образовательные технологии

На сегодняшний день стали очевидны преимущества использования компьютера на лекционных и практических учебных занятиях. Объяснение нового материала с использованием презентаций, выполненных с помощью программ Microsoft Power Point и Microsoft Front Page, вызывает интерес у студентов, способствует лучшему усвоению материала. Использование компьютера на учебных занятиях позволяет преподавателю экономить время, опрашивать учащихся на каждом занятии, вести статистику опроса, выявлять западающие темы. Также одним из эффективных средств информационных технологий является электронный учебник. Исходя из этого, более 20% всех занятий проводятся с применением информационных технологий.

Для обеспечения наибольшей эффективности образовательного процесса в курсе данной учебной дисциплины используются в процессе обучения передовые образовательные технологии:

- 1) традиционные образовательные технологии (информационная лекция, практические (семинарские) занятия);
- 2) технология проблемного обучения (проблемная лекция, практические занятия в форме практикума, кейс-метода);
- 3) игровые технологии (ролевые и деловые игры);
- 4) технологии проектного обучения (творческий проект);
- 5) интерактивные технологии (семинар-дискуссия);
- 6) информационно-коммуникационные образовательные технологии (лекция-визуализация, практические занятия в форме презентации).

Лекционные занятия наряду с сообщением учебной информации предполагают и решение следующих дидактических задач: заинтересовать студентов изучаемой темой, разрушить неверные стереотипы, убедить в необходимости глубокого освоения материала, побудить к самостоятельному поиску и активной мыслительной деятельности, помочь совершить переход от теоретического уровня социально-экономического планирования в муниципальных образованиях к прикладным знаниям в данной области.

Проведение групповых (семинарских и практических) занятий предполагает решение разнообразных дидактических задач: закрепление полученных знаний, формирование умения применять их на практике, совершенствование умения работать с информацией, анализировать, обобщать, принимать и обосновывать решения, аргументировано защищать собственные взгляды в дискуссии, взаимодействовать с другими членами группы в процессе разрешения конфликтных ситуаций.

6 Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся

Представлено в приложении 1.

7 Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации

Представлены в приложении 2.

8 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

а) Основная литература:

1. Одегов, Ю. Г. Аутсорсинг и аутстаффинг в управлении персоналом : учебник и практикум для вузов / Ю. Г. Одегов, Ю. В. Долженкова, С. В. Малинин. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 261 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-19878-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/viewer/outsourcing-i-autstaffing-v-upravlenii-personalom-557274#page/1> (дата обращения: 10.01.2025).

2. Масалова, Ю. А. Маркетинг персонала : учебник для вузов / Ю. А. Масалова. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 321 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14616-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/viewer/marketing-personala-567811#page/1> (дата обращения: 10.01.2025).

б) Дополнительная литература:

1. Аникин, Б. А. Аутсорсинг и аутстаффинг: высокие технологии менеджмента : учебное пособие / Б.А. Аникин, И.Л. Рудая. — 4-е изд., испр. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2022. — 313 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/1442619. - ISBN 978-5-16-016979-8. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/read?id=389727> (дата обращения: 10.01.2025).

2. Патласов, О. Ю. Маркетинг персонала : учебник для бакалавров / О. Ю. Патласов. - 4-е изд., стер. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2023. - 382 с. - ISBN 978-5-394-05190-6. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/read?id=431626> (дата обращения: 10.01.2025).

в) Методические указания:

представлены в приложении 3

г) Программное обеспечение и Интернет-ресурсы:

Программное обеспечение

Наименование ПО	№ договора	Срок действия лицензии
7Zip	свободно распространяемое ПО	бессрочно
Браузер Yandex	свободно распространяемое ПО	бессрочно
Браузер Mozilla Firefox	свободно распространяемое ПО	бессрочно
FAR Manager	свободно распространяемое ПО	бессрочно
Linux Calculate	свободно распространяемое ПО	бессрочно

Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Название курса	Ссылка
Федеральный образовательный портал – Экономика. Социология. Менеджмент	http://ecsocman.hse.ru/
Электронные ресурсы библиотеки МГТУ им. Г.И. Носова	https://host.megaprolib.net/M/P0109/Web
Российская Государственная библиотека. Каталоги	https://www.rsl.ru/ru/4readers/catalogues/
Национальная информационно-аналитическая система – Российский индекс научного цитирования (РИНЦ)	URL: https://elibrary.ru/project_risc.asp

9 Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает:

1. Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа: мультимедийные средства хранения, передачи и представления информации.

2. Учебные аудитории для проведения практических занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации: мультимедийные средства хранения, передачи и представления информации; комплекс тестовых заданий для проведения промежуточных и рубежных контролей.

3. Помещения для самостоятельной работы обучающихся: персональные компьютеры с пакетом MS Office, выходом в Интернет и с доступом в электронную информационно-образовательную среду университета

4. Помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования: шкафы для хранения учебно-методической документации, учебного оборудования и учебно-наглядных пособий.

6 Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся

Раздел 1. Теоретические основы маркетинга персонала

Тема 1. Маркетинг персонала: подходы к определению, принципы, уровни и виды

Содержание темы. Маркетинг: подходы к определению. Принципы и философия маркетинга персонала. Организация как производитель и потребитель товара «персонал». Роль маркетинга в регулировании спроса и предложения специфического товара «персонал». Конкурентоспособность персонала. Основные предпосылки кадрового маркетинга: организационная структура, состояние обеспеченности кадрами, наличие вакансий. Уровни маркетинга персонала: стратегический и оперативный. Внешний и внутренний маркетинг персонала. Персонал-маркетинг-микс: модели, средства, стратегии управления.

Задания для самостоятельной работы:

1. Необходимость и задачи маркетинга персонала.
2. Принципы маркетинга персонала.
3. Уровни маркетинга персонала.
4. Виды маркетинга персонала.

Практические задания

1. Найти определения понятия «маркетинг персонала» у различных авторов и заполнить таблицу по форме:

Определение	Источник (автор, название, выходные данные, стр.; адрес электронного ресурса)

2. Найти определения понятия «рынок труда», «рынок рабочей силы», «рынок трудовых ресурсов» у различных авторов и заполнить таблицу по форме:

Определение	Источник (автор, название, выходные данные, стр.; адрес электронного ресурса)

3. Найти положение о службе управление персоналом (типовое и действующих организаций), должностную инструкцию менеджера по персоналу и проанализировать их на наличие в содержание маркетинговых функций.

4. Составить аннотированный список источников информации по учебному курсу «Маркетинг персонала» по форме:

- а) список литературы;
- б) список электронных ресурсов:

Адрес ресурса	Название ресурса (материалов)

Тема 2. Эволюция маркетинга персонала

Содержание темы. Этапы развития маркетинга персонала. Актуальность развития маркетинговой составляющей управления персоналом. Вклад немецкой и американской школ в развитие маркетинга персонала: Д. Белл; Г. Штрутц; Р. Бюннер; Д. Эскадштейн и Ф. Шнеллингер; В. Фрелингом и К. Зитценшток. Российская теория маркетинга персонала: А.Я Кибанов и И.Б. Дуракова.

Задания для самостоятельной работы:

1. Сущность и этапы маркетинга персонала.
2. Вклад немецкой школы в развитие маркетинга персонала.
3. Вклад американской школы в развитие маркетинга персонала.
4. Российская теория маркетинга персонала.

Практическое задание

Подобрать и законспектировать информацию по теориям маркетинга персонала по схеме «автор → время разработки теории → страна → основные идеи → возможности применения»:

- А.Я. Кибанова и И.Б. Дураковой;
- Д. Белла;
- Г. Штрутца;
- Р. Бюннера;
- Д. Эскадштейна и Ф. Шнеллингера;
- В. Фрелинхома и К. Зитценштока.

Подготовиться к выступлению с презентацией. Задание групповое

Тема 3. Функции маркетинга персонала

Содержание темы. Функции маркетинга персонала: информационная, профориентационная, преобразующая, стимулирующая, распределительная, управленческая. Традиционный и организационно-рыночный подходы к выделению функций маркетинга персонала.

Подход Ф. Котлера: аналитическая, производственная, сбытовая, функция управления и контроля.

Подход А.Я. Кибанова: аналитическая и коммуникационная функции.

Подход Б.Ю. Сербиновского: исследовательская, стратегическая и предпринимательская функции.

Задания для самостоятельной работы:

1. Информационная функция маркетинга персонала.
2. Профориентационная функция маркетинга персонала.
3. Преобразующая функция маркетинга персонала.
4. Стимулирующая функция маркетинга персонала.
5. Распределительная функция маркетинга персонала.
6. Управленческая функция маркетинга персонала.
7. Требования к кандидатам на замещение вакантной должности
8. Организация процесса отбора претендентов на вакантную должность.

Практические задания

Тема: Организация деятельности службы персонала и ее подразделений, менеджера по персоналу

1. Описать организационные структуры управления персоналом, используемые российскими предприятиями, по схеме:

Тип организационной структуры	Графическое представление	Отличительные признаки	Ограничения	Преимущества	Область использования

Раскрыть цели и функции основных служб и отделов управления персоналом.

2. Составить профессиограмму менеджера по персоналу по схеме:

Раздел	Содержание раздела
Профессия	
Процесс труда	
Санитарно-гигиенические условия труда	
Психофизиологические требования профессии к работнику	
Профессиональные знания и навыки	
Требования к подготовке и повышению квалификации	

3. Разработать описание работы по методике Роджера на должность менеджера по персоналу по схеме:

Наименование элементов описания	Характеристика элементов описания
Окружающая среда	
Краткое описание работы	
Содержание работы	
Условия труда	
Рабочие стандарты	
Прочая информация	

4. Разработать личностную спецификацию менеджера по персоналу, пользуясь структурой спецификации Роджера или Дж. М. Фразера (по выбору) в предложенной схеме. Какие еще компоненты личностной спецификации необходимо ввести дополнительно для более полного раскрытия личностных и деловых характеристик, которыми должен владеть менеджер для ее выполнения?

Компоненты личностной спецификации	Описание для работы в качестве менеджера по персоналу
«Семь пунктов Роджера»	
1. Физическое состояние (внешний вид). 2. Достижения (уровень образования). 3. Общие интеллектуальные (умственные) способности. 4. Особые способности и умения 5. Интересы. 6. Эмоциональный портрет (или эмоциональный баланс). 7. Обстоятельства (условия работы).	
«Пятиаспектный план Джона М. Фразера»	
1. Способность влиять на других. 2. Квалификация и приобретенные знания. 3. Врожденные способности. 4. Мотивация. 5. Способность к адаптации	

Тема: Информационное и правовое, документационное обеспечение маркетинга персонала

1. Проведя анализ должностных инструкций менеджера по персоналу, определить направленность и объем информационных потребностей специалиста.

2. Изучить программное обеспечение управления персоналом с позиции маркетинга персонала и дать ему характеристику по схеме:

Название программного обеспечения	Описание	Системные требования

3. Составить перечень информационных блоков, необходимых для составления базы данных по кандидатам. Разработать форму резюме.

4. Составить перечень информационных блоков, необходимых для составления базы данных по работникам. Разработать форму анкеты работника.

5. Дать перечень и характеристику групп нормативно-методических документов системы управления персоналом по схеме:

Характеристики документов	Группы документов		
	Нормативно-справочные документы	Документы организационного, распорядительного и методического характера	Документы технического, технико-экономического и экономического характера
Содержание документов			

Примеры норм, нормативов и документов			
Наименование документов			

6. Составить перечень и дать характеристику нормативно-правовым документам федерального и регионального уровня, регламентирующих деятельность предприятия в сфере управления персоналом.

7. Составить схему документооборота специалиста по персонал-маркетингу.

Раздел 2. Технология маркетинга персонала

Тема 4. Анализ источников и путей покрытия качественной и количественной потребности в персонале

Содержание темы. Разработка и внедрение совокупности мероприятий для формирования долгосрочной кадровой политики организации на рынке труда региона и/или отрасли, где действует организация.

Анализ и поиск активных партнеров. Определение источников и путей покрытия потребности в персонале.

Анализ внутреннего рынка рабочей силы организации.

Анализ внешнего (отраслевого и регионального) рынка труда.

Анализ поведения соискателей рабочих мест на внешнем и внутреннем рынках труда. Сегментация рынка труда и формирование сегментов потенциальных работников. Изучение требований, предъявляемых к вакантным должностям и рабочим местам в организации.

Анализ основных конкурентов.

Задания для самостоятельной работы

Тема: Состояние и перспективы развития кадрового потенциала России и региона (по отраслям)

Найти информацию по состоянию и прогнозам развития кадрового потенциала в России в целом и по отраслям.

Ознакомиться с Программой развития и размещения производительных сил Челябинской и Свердловской области.

Подготовить и представить материалы по состоянию (анализ) и развитию (прогноз) кадрового потенциала Северного, Южного, Западного, Восточного округа. Задания на семинарские занятия и практикумы

Тема: Источники и пути покрытия потребности в персонале

1. Перечислите возможные активные и пассивные пути покрытия потребности в персонале. Представить информацию в таблице:

Активные пути покрытия потребности в персонале	Пассивные пути покрытия потребности в персонале

2. По характеру источника покрытия потребности в персонале перечислить возможные управленческие решения по использованию источника и последовательность реализации каждого из них. Представить информацию в таблице:

Характер источника (внешние, внутренние)	Управленческое решение	Последовательность действий

Тема 5. Имидж организации и его использование в маркетинге персонала

Содержание темы. Значение имиджа организации для ее позиционирования на рынке труда, составные части имиджа организации и факторы его формирования, способы оценки имиджа организации и использование результатов для позиционирования организации на рынке труда.

Изучение имиджа организации как работодателя и определение целевых позиций на рынке труда.

Задания для самостоятельной работы

Тема: Тестирование персонал-маркетинга конкретной организации

1. Установите источники маркетинговой информации, которые можно использовать в данной организации в области управления персоналом:

Юридическое *наименование* *организации:*

Отрасль, *в* *которой* *действует* *организация:*

Источники *маркетинговой* *информации:*

2. Установите перспективную потребность в персонале (количество и структура потребности).

3. Определите, с помощью каких внутренних и внешних источников будет удовлетворена потребность в персонале в ближайшие 3 года.

4. Какие методы найма и подготовки персонала необходимо задействовать в организации?

5. Какова цена на рабочую силу и затраты на наем работников?

6. Каковы затраты на подготовку, переподготовку и повышение квалификации персонала, нанятых по каналам внешнего и внутреннего найма?

7. Для оценки относительного количества рабочих, положительно оценивших рабочее место, используют «коэффициент сбывшихся надежд» (отношение числа лиц, положительно оценивших новое место работы в свете реализации своих интересов, к общей численности принятых в организацию). Исследуйте ситуацию в организации (по выбору) и рассчитайте этот коэффициент.

Тема 6. Информационная, коммуникативная и ценовая функции маркетинга персонала

Содержание темы. Маркетинговые исследования и маркетинговая информация в области персонала: виды, содержание, способы получения и обработки маркетинговой информации в области персонала; содержание и направления использования коммуникативной функции маркетинга персонала, способы применения коммуникативной функции организации-работодателя на рынке труда, оценка эффективности каналов коммуникации в маркетинге персонала.

Задания для самостоятельной работы

Тема: Экспресс-исследование потребности работодателей в менеджерах и требований к их подготовке

Провести мониторинг потребностей работодателей в менеджерах и предъявляемых к ним требований, обработать и представить статистическую информацию по Уральскому Федеральному округу (Свердловская область, Челябинская область, Курганская область, Тюменская область, Ханты - мансийский автономный округ, Ямало-ненецкий автономный округ) по следующим источникам:

1 группа - общественно-политические газеты, газеты рекламных объявлений, специализированные журналы;

2 группа - реклама на телеканалах (федеральных и региональных), радио;

3 группа - доски объявлений, Центры занятости;

4 группа - Интернет-ресурсы (сайты кадровых агентств, сайты организаций-работодателей и др.);

5 группа - собеседование с руководителями, объявления самостоятельных кандидатов на вакансии.

Представление материалов по форме:

Группа источников:

Сроки проведения мониторинга (месяц год):

начало _____ 20__ г. окончание _____ 20__ г.

Источники	Количество объявлений о вакансиях	Отраслевая специфика вакансий (кол-во, % от общего кол-ва)	Требования к квалификации			Дополнительные компетенции	Демографические признаки		Коммерческое предложение работодателя	примечание
			Специализация (должность)	Образование	Опыт работы		возраст	пол		
Итого										

Задачи по планированию потребности в персонале

Задача 1. На основе исходных данных рассчитать численность необходимого персонала по нормам обслуживания.

Вид работ по обслуживанию агрегата	Время выполнения операции, ч	Количество операций за смену
Загрузка агрегата	0,02	60
Контроль рабочего процесса	0,08	120
Выгрузка агрегата	0,03	60

Количество агрегатов – 8.

Режим работы агрегатов – 2 смены.

Количество агрегатов, работающих в 1-ю смену – 8.

Количество агрегатов, работающих во 2-ю смену – 4.

Полезный фонд времени 1 работника за смену – 7 ч.

Время на дополнительное обслуживание агрегата за смену – 1,4 ч.

Коэффициент пересчета явочной численности в списочную – 1,15.

Задача 2. На основе имеющихся данных рассчитать численность производственного персонала для каждого вида работ по трудоемкости.

Показатели	Вид работы А	Вид работы Б
Трудоемкость изделия (ч) В том числе:		
Изделие 1	0,8	0,5
Изделие 2	0,3	0,4
Производственная программа (шт.)		
Изделие 1	1000	1000
Изделие 2	1200	1200
Время для изменения остатка НЗП		
Изделие 1	100	150
Изделие 2	170	120
Планируемое выполнение норм, %	104	105
Полезный фонд времени одного работника (ч)	432,5	432,5

Задача 3. Планом развития фирмы в прогнозируемом периоде (следующий год) повышение объема производства продукции предусмотрено только за счет роста производительности труда, без увеличения численности.

Из анализа показателей установлено, что 40 % работников, достигающих пенсионного возраста, остаются работать на фирме.

Доля работников, для которых пенсионный возраст наступит в плановом периоде, – 6% от общей численности персонала.

Доля убыли работников в связи с инвалидностью и смертностью составляет 3% от общей численности персонала.

Численность уволенных в ряды вооруженных сил ожидается в районе 60 человек, в связи с направлением на учебу – 40 человек.

Доля увольнений в связи с естественной убылью, уходом на учебу, призывом в армию составляет примерно 60% планируемой убыли.

Коэффициент текучести персонала предполагается снизить в плановом периоде с 14 до 10%.

Вновь привлекаемый персонал после службы в армии составляет 10% от численности работников, уволенных в вооруженные силы.

Задание: определить общую численность персонала компании и численность работников, которых необходимо привлечь из внешних источников

Раздел 3. Теоретические основы аутстаффинга

Тема 7. Понятие и содержание аутстаффинга

Содержание темы. Понятие, содержание, виды аутстаффинга. Сфера применения аутстаффинга. Преимущества использования аутстаффинга

Дискуссия на тему: «Аутстаффинг как кадровая технология полуформальной занятости»

Тема 8. Правовые понятия аутстаффинга в управлении персоналом

Содержание темы. Правовые основы аутстаффинга в управлении персоналом, содержание договора аутстаффинга. Риски аутстаффинга, возможные конфликты с налоговыми органами при применении договоров аутстаффинга

Тема 9. История возникновения аутстаффинга в России и за рубежом

Содержание темы. Возникновение и развитие рынка услуг аутстаффинга в мировой и отечественной практике. Перспективы развития рынка услуг аутстаффинга.

Дискуссия на тему: «Современные тенденции развития рынка услуг аутстаффинга»

Тестовые задания

1. При стратегическом планировании персонала речь идет о:

1. долгосрочном планировании (на период от трех до десяти лет);
2. решении конкретных проблем управления персоналом (в течение одного года - трех лет);
3. точно обозначенных целях и конкретных мероприятиях, направленных на достижение этих целей, а также выделяемых материальных средствах с указанием их вида, количества и времени;

2. Имидж организации как работодателя

1. оказывает влияние на конкурентоспособность стратегии организации в области подбора и привлечения персонала
2. не оказывает влияния на конкурентоспособность стратегии организации в области подбора и привлечения персонала

3. Основой системы маркетинговой информации по персоналу являются

1. учебные программы и планы выпуска специалистов в учебных заведениях;
2. аналитические материалы, публикуемые государственными и коммерческими центрами занятости;
3. выставки, конференции, семинары;
4. рекламные материалы других организаций, в особенности организаций-конкурентов;
5. все указанные источники;

4. Кадровая политика – это:

1. Деятельность и система отношений;
2. Принципы регулирования отношений;

3. Методы построения отношений.

5. Кадровый потенциал общества – это:

1. Характеристика профессиональных возможностей трудоспособных граждан;
2. Характеристика индивидуальных возможностей трудоспособных граждан;
3. Характеристика личностных качеств.

6. Управление кадровым потенциалом — это:

1. Процесс анализа трудовых операций и планирования человеческих ресурсов
2. Процесс использования индивидуумов (сотрудников) для достижения целей компании
3. Процесс управленческого воздействия на сотрудников
4. Среди перечисленных вариантов правильного нет

7. Кадровая политика организации представляет собой:

1. Политику в области экономических преобразований;
2. Решение проблем межличностных отношений;
3. Стратегию развития организации.

8. Осознанное воздействие руководителя на своих подчиненных с целью исполнения ими прямых должностных обязанностей и достижения поставленных целей трудовой деятельности, представляет собой:

1. Кадровое обеспечение
2. Развитие человеческих ресурсов
3. Общее линейное руководство
4. систему управления персоналом

9. Система, в которой реализуются функции управления кадровым потенциалом организации – это:

1. Система управления персоналом
2. Система линейного руководства персоналом
3. Система управления предприятием
4. Система реализации трудового потенциала организации

10. Управление формированием конкурентоспособного трудового потенциала организации с учетом динамики внутренней и внешней среды, обеспечивающее выживаемость организации и достижение ею целей деятельности в долгосрочном периоде, называется:

1. Трудовое управление персоналом
2. Тактическое управление персоналом
3. Стратегическое управление персоналом
4. Административное управление персоналом

11. Набор заданий, выполняемых одним человеком, и возлагаемая на него ответственность, составляют:

1. Работу
2. Должность
3. Квалификационные требования
4. Стандарты выполнения работы

12. Документ, в котором сообщается информация относительно рабочих заданий, обязанностей и ответственности, связанных с конкретной должностью, называется:

1. Должностная инструкция
2. Перечень квалификационных требований

3. Положение о правах и обязанностях работника
4. Трудовой договор

13. Процесс выявления потребности организации в человеческих ресурсах и составления планов по удовлетворению этих потребностей, называется:

1. Прогноз потребности в персонале
2. Планирование человеческих ресурсов
3. Разработка программы по созданию резерва
4. Планирование преемственности

14. Что из перечисленного является методикой прогнозирования потребности в персонале:

1. Планирование с нулевого уровня
2. Планирование на основе управленческих оценок
3. Планирование с использованием математических моделей
4. Все вышеперечисленные варианты

15. Текучесть кадров – это:

1. Увольнение работников по причинам, не связанным с производственной необходимостью
2. Увольнение работников, проработавших в организации в течение года
3. Увольнение работников по причинам, связанным с производственной необходимостью
4. Среди перечисленных вариантов правильного нет

16. Коэффициент текучести кадров представляет собой выраженное в процентах частное от деления:

1. Количества уволившихся за период на среднее количество сотрудников за этот же период
2. Количества сотрудников, проработавших в организации в течение всего анализируемого периода на количество сотрудников на начало анализируемого периода
3. Количества уволившихся за период на количество сотрудников на начало анализируемого периода
4. Количества сотрудников, проработавших в организации в течение всего анализируемого периода на среднее количество сотрудников за этот же период

17. Деятельность по поиску и привлечению потенциальных работников, подходящих для занятия вакантных должностей, называется:

1. Подбор
2. Набор
3. Отбор
4. Рекрутмент

18. Процесс выбора из группы кандидатов на вакантную должность наиболее подходящего работника, называется:

1. Набор
2. Наем
3. Отбор
4. Рекрутмент

19. Длительный процесс, в ходе которого человек ставит карьерные цели и находит способы достичь их, называется:

1. Индивидуальное планирование карьеры
2. Развитие карьеры
3. Планирование карьеры сотрудника
4. Карьерный путь

20. Сжатая характеристика человека как работника, предназначенная заинтересовать работодателя в личной встрече с потенциальным сотрудником, называется:

1. Резюме
2. Объявление «ищу работу»
3. Сопроводительное письмо
4. Совокупность всех перечисленных вариантов

21. Аутстаффинг – предполагает

1. использование персонала сторонней организации для выполнения трудовых функций в рамках организации-заказчика в соответствии со стандартами деятельности организации-заказчика и под руководством менеджеров данной организации (аренда персонала);

2. возврат функций аутсорсера в организацию и их исполнение собственными силами, привлечение генеральным подрядчиком (исполнителем) субконтракторов для выполнения общего контракта;

3. покупку всех необходимых для деятельности фирмы услуг, работ и материальных активов у сторонних организаций, не предполагающая замещение внутренних подразделений покупателя.

4. стиль управления, при котором решения принимаются в основном исходя из субъективных оценок, представлений и целей менеджера.

22. В чем отличие аутсорсинга от аутстаффинга

1. аутстаффинг предполагает консультирование, профориентацию, адаптацию и продвижение на рынке труда сокращаемого персонала;

2. аутстаффинг предполагает передачу конкретных работающих в компании сотрудников в штат сторонней организации;

3. аутстаффинг не является одной из разновидностей кадрового аутсорсинга;

4. аутстаффинг предполагает передачу ранее самостоятельно реализуемых компанией функций внешней компании-исполнителю, специализирующейся на реализации различных функций;

Темы докладов

1. Внутрифирменное движение работников и его роль в обеспечении организации требуемым персоналом.

2. Профессиональное развитие персонала и его влияние на обеспечение организации работниками.

3. Формирование кадрового резерва.

4. Управление деловой карьерой.

5. Активные и пассивные методы комплектования персонала за счет внешних источников.

6. Сегментирование внешнего рынка труда. Целевые группы. Критерии сегментирования: географический, демографический, экономический, психографический, поведенческий.

7. Аутстаффинг и аутсорсинг, их роль в обеспечении персоналом организаций.

8. Методы оценки персонала при найме.

9. Кадровые структуры как производственные подразделения по обеспечению организации персоналом.

10. Этапы и виды кадрового планирования.

11. Методы планирования персонала

12. Возникновение и развитие рынка услуг аутстаффинга в мировой и отечественной практике.

13. Перспективы развития рынка услуг аутстаффинга.

14. Порядок перевода сотрудников на аутстаффинг.

Темы для написания эссе

1. Аутсорсинг и аутстаффинг: практика применения, правовые последствия.

2. Аутстаффинг: рабство или благо.

3. Аутстаффинг и лизинг персонала, плюсы и минусы.

7 Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации

а) Планируемые результаты обучения и оценочные средства для проведения промежуточной аттестации:

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
ПК-3: Способен организовывать адаптацию, стажировку персонала и проведение мероприятий по развитию и построению профессиональной карьеры персонала		
ПК -3.1	Организует процесс эффективной работы коллектива, команды	Перечень теоретических вопросов к зачету: 1. Трудовые ресурсы, персонал и трудовой потенциал организации. 2. Место и роль службы персонала в современной организации. 3. Методы, структура и функции службы управления персоналом. 4. Отдел персонала и основные направления его работы. Задачи, права и обязанности менеджеров по персоналу. 5. Кадровая политика: понятие и организационное назначение. 6. Основные законодательные акты, ограничивающие аспекты кадровой политики. 7. Кадровое планирование: цели и задачи. 8. Оперативный план работы с персоналом. 9. Понятие кадрового спроса и кадрового контроля. 10. Списочный состав организации, определение среднесписочного состава на конкретную дату. 11. Абсолютные показатели движения персонала: оборот по приему, оборот по выбытию, интенсивность оборота по приему, интенсивность оборота по выбытию. 12. Текучесть кадров: основные причины, последствия текучести кадров для организации, для работника. 13. Источники потребностей организации в персонале: внутриорганизационные факторы, внешние факторы, развитие техники и технологии, конкуренция и состояние рынка сбыта и т.д. 14. Методы прогнозирования потребности в персонале. 15. Перечень документов, необходимых при приеме на работу. 16. Отбор персонала: профессиональное тестирование. 17. Собеседование, виды: структурированное, свободное и др. испытания. 18. Испытательный срок, его задачи. 19. Оформление приема на работу: контракт, приказ. 20. Основные формы развития персонала, методы обучения. 21. Эффективность обучения персонала. Принципы обучения взрослых людей. 22. Деловая карьера, планирование и развитие карьеры. 23. Адаптация работника в организации, виды адаптации.

		24. Аттестация персонала, аттестация руководителей. 25. Кадровое обеспечение системы управления персоналом. 26. Сущность и задачи определения требований к кандидатам. 27. Цель и задачи набора персонала. Методы набора персонала. 28. Этапы и методы отбора персонала. Организация приема персонала. Соблюдение правовых норм при приеме. 29. Организация высвобождения персонала. 30. Введение в должность (ориентация): сущность, цель, задачи, формы. Организация управления профориентацией персонала. 31. Сущность, цели и этапы адаптации персонала. Виды и содержание адаптации персонала в зависимости от объекта и предмета управления. 32. Факторы, влияющие на скорость адаптационных процессов. Условия успешной адаптации. 33. Сущность, цели, альтернативы и этапы обучения персонала в организации. Этапы и методы обучения персонала. 34. Сущность аттестации и деловой оценки персонала. Цели оценки персонала. Место оценки в системе управления персоналом. 35. Содержание профессиональной и внутриорганизационной карьеры, служебного продвижения. 36. Принципы организации управления деловой карьерой. Инструментарий управления деловой карьерой. 37. Этапы деловой карьеры, их содержание. 38. Сущность кадрового резерва. Цели формирования кадрового резерва. Этапы работы по формированию кадрового резерва. 39. Экономическая сущность затрат на персонал. Задачи учета, анализа и планирования затрат на персонал. 40. Цель и задачи изучаемой области научного знания «Аутстаффинг». 41. Понятие, содержание аутстаффинга. 42. Формы аутстаффинга. 43. Сфера применения аутстаффинга. 44. Преимущества использования аутстаффинга 45. Правовые основы аутстаффинга в управлении персоналом 46. Содержание договора аутстаффинга. 47. Возможные риски аутстаффинга, конфликты с налоговыми органами при применении договоров аутстаффинга 48. Возникновение и развитие рынка услуг аутстаффинга в отечественной практике. 49. Развитие рынка услуг аутстаффинга в мировой практике. 11. Перспективы развития рынка услуг аутстаффинга.
--	--	---

ПК -3.2	Организует мероприятия по адаптации, стажировки персонала и построению профессиональной карьеры	Тестовые задания 1. Что из перечисленного не является функцией трудовой адаптации: 1. Введение новичка в рабочую группу 2. Поощрение помощи новичку со стороны опытных работников 3. Формирование у новичка системы знаний о компании-работодателе 4. Среди перечисленных вариантов правильного нет 2. Что из перечисленного не является предметом общей адаптации сотрудника: 1. Функции подразделения, на работу в которое поступает сотрудник 2. Информация о руководителях 3. Механизм компенсации ущерба, нанесенного работником организации 4. Оплата труда 3. Определение организацией путей и направлений, в которых организация собирается развивать работников, называется: 1. Организационное планирование карьеры 2. Организационное развитие карьеры 3. Организационный карьерный путь 4. Все вышеперечисленные варианты 4. Определение потребности в обучении происходит путем анализа: 1. Организации в целом 2. Комплекса тактических задач, необходимых для достижения целей 3. Индивидуальных потребностей обучения 4. Все выше перечисленные варианты 5. Что из перечисленного является методом оценки деятельности сотрудников: 1. 360 градусов 2. Критические эпизоды 3. Принудительное распределение 4. Все выше перечисленные варианты 6. Метод оценки деятельности сотрудников, при котором проводится всесторонняя оценка на основе информации, поступающей из различных источников внутри фирмы, а также за ее пределами, называется: 1. Рейтинговые шкалы
---------	--	---

		2. Рабочие стандарты 3. Ранжирование 4. Среди перечисленных вариантов правильного нет 7. Метод оценки деятельности сотрудников, при котором анализируются записи непосредственного начальника о наиболее успешных и крайне неудачных действиях, предпринятых сотрудником на рабочем месте за оценочный период, называется: 1. Рабочие стандарты 2. Критические эпизоды 3. Принудительное распределение 4. Среди перечисленных вариантов правильного нет 8. Метод оценки деятельности сотрудников, при котором деятельность сотрудника сопоставляется с определенным ранее или ожидаемым уровнем выработки, называется 1. Ранжирование 2. Принудительное распределение 3. Критические эпизоды 4. Рабочие стандарты 9. Собеседование по результатам оценки деятельности сотрудников называется: 1. Оценочное интервью 2. Рабочее интервью 3. Выборочное интервью 4. Рейтинговое интервью 10. Система вознаграждения персонала организации состоит из: 1. Прямого денежного вознаграждения 2. Косвенного денежного вознаграждения 3. Нематериального вознаграждения 4. Все выше перечисленные варианты
ПК -3.3	Реализует программы социализации, профориентации и профессионализации персонала	<i>Задания для самостоятельной работы</i> Провести мониторинг потребностей работодателей в менеджерах и предъявляемых к ним требований, обработать и представить статистическую информацию по Уральскому Федеральному округу (Свердловская область, Челябинская область, Курганская область, Тюменская область, Ханты - мансийский автономный округ, Ямало-ненецкий автономный округ) по следующим источникам: 1 группа - общественно-политические газеты, газеты рекламных объявлений,

специализированные журналы;

2 группа - реклама на телеканалах (федеральных и региональных), радио;

3 группа - доски объявлений, Центры занятости;

4 группа - Интернет-ресурсы (сайты кадровых агентств, сайты организаций-работодателей и др.);

5 группа - собеседование с руководителями, объявления самостоятельных кандидатов на вакансии.

Представление материалов по форме:

Группа источников:

Сроки проведения мониторинга (месяц год):

начало _____ 20__ г. окончание _____ 20__ г.

[illegible]

б) Порядок проведения промежуточной аттестации, показатели и критерии оценивания:

Промежуточная аттестация по дисциплине «Маркетинг персонала и аутстаффинг» включает теоретические вопросы, позволяющие оценить уровень усвоения обучающимися знаний, и практические задания, выявляющие степень сформированности умений и владений, проводится в форме зачета.

Зачет по данной дисциплине проводится в устной форме по вопросам к зачету, который включает один теоретический вопрос и одно практическое задание.

Показатели и критерии оценивания

- «зачтено» - выставляется при условии, если студент показывает хорошие знания учебного материала по теме, знает сущность дисциплины, свободно выполняет практические задания.

При этом студент логично и последовательно излагает материал темы, раскрывает смысл вопроса, дает удовлетворительные ответы на дополнительные вопросы. Дополнительным условием получения оценки могут стать хорошие успехи при выполнении самостоятельной и контрольной работы, систематическая активная работа на практических занятиях.

- «не зачтено» - выставляется при условии, если студент владеет отрывочными знаниями о сущности дисциплины, дает неполные ответы на вопросы из основной литературы, рекомендованной к курсу, не может ответить на дополнительные вопросы, предложенные преподавателем.

Методические рекомендации для самостоятельной работы студентов

В процессе выполнения самостоятельной работы студенты должны научиться воспринимать сведения на слух, фиксировать информацию в виде записей в тетрадях, работать с письменными текстами, самостоятельно извлекая из них полезные сведения и оформляя их в виде тезисов, конспектов, систематизировать информацию в виде заполнения таблиц, составления схем. Важно научиться выделять главные мысли в лекции преподавателя либо в письменном тексте; анализировать явления; определять свою позицию к полученным на занятиях сведениям, четко формулировать ее; аргументировать свою точку зрения: высказывать оценочные суждения; осуществлять самоанализ. Необходимо учиться владеть устной и письменной речью; вести диалог; участвовать в дискуссии; раскрывать содержание изучаемой проблемы в монологической речи; выступать с сообщениями и докладами.

Конспект лекции. Смысл присутствия студента на лекции заключается во включении его в активный процесс слушания, понимания и осмысления материала, подготовленного преподавателем. Этому способствует конспективная запись полученной информации, с помощью которой в дальнейшем можно восстановить основное содержание прослушанной лекции.

Для успешного выполнения этой работы советуем:

- подготовить отдельные тетради для каждого предмета. Запись в них лучше вести на одной стороне листа, чтобы позднее на чистой странице записать дополнения, уточнения, замечания, а также собственные мысли. С помощью разноцветных ручек или фломастеров можно будет выделить заголовки, разделы, термины и т.д.
- не записывать подряд все, что говорит лектор. Старайтесь вначале выслушать и понять материал, а затем уже зафиксировать его, не упуская основных положений и выводов. Сохраняйте логику изложения. Обратите внимание на необходимость точной записи определений и понятий.
- оставить место на странице свободным, если не успели осмыслить и записать часть информации. По окончании занятия с помощью однокурсников, преподавателя или учебника вы сможете восстановить упущенное.
- уделять внимание грамотному оформлению записей. Научитесь графически ясно и удобно располагать текст: вычленять абзацы, подчеркивать главные мысли, ключевые слова, помещать выводы в рамки и т.д. Немаловажное значение имеет и четкая структура лекции, в которую входит план, логически выстроенная конструкция освещения каждого пункта плана с аргументами и доказательствами, разъяснениями и примерами, а также список литературы по теме.
- научиться писать разборчиво и быстро. Чтобы в дальнейшем не тратить время на расшифровку собственных записей, следите за аккуратностью почерка, не экономьте бумагу за счет уплотнения текста. Конспектируя, пользуйтесь общепринятыми сокращениями слов и условными знаками, если есть необходимость, то придумайте собственные сокращения.
- уметь быстро и четко переносить в тетрадь графические рисунки и таблицы. Для этих целей приготовьте прозрачную линейку, карандаш и резинку. Старайтесь как можно точнее скопировать изображение с доски. Если наглядный материал трудно воспроизводим в условиях лекции, то сделайте его словесное описание с обобщающими выводами.
- просмотреть свои записи после окончания лекции. Подчеркните и отметьте разными цветами фломастера важные моменты в записях. Исправьте неточности, внесите необходимые дополнения. Не тратьте время на переписывание конспекта, если он оказался не совсем удачным. Совершенствуйтесь, записывая последующие лекции.

Подготовка к семинарским занятиям. Семинар – один из основных видов практических занятий по гуманитарным дисциплинам. Он предназначен для углубленного

изучения отдельных тем и курсов. По форме проведения семинары обычно представляют собой решение задач, обсуждение докладов, беседу по плану или дискуссию по проблеме.

Подготовка к занятиям заключается, прежде всего, в освоении того теоретического материала, который выносится на обсуждение. Для этого необходимо в первую очередь перечитать конспект лекции или разделы учебника, в которых присутствует установочная информация. Изучение рекомендованной литературы необходимо сделать максимально творчески – не просто укладывая в память новые сведения, а осмысливая и анализируя материал. Закрепить свои знания можно с помощью записей, выписок или тезисного конспекта.

Если семинар представлен докладами, то основная ответственность за его проведение лежит на докладчиках. Как сделать это успешно смотрите в разделе «Доклад». Однако роль остальных участников семинара не должна быть пассивной. Студенты, прослушав доклад, записывают кратко главное его содержание и задают выступающему уточняющие вопросы. Чем более основательной была домашняя подготовка по теме, тем активнее происходит обсуждение проблемных вопросов. На семинаре всячески поощряется творческая, самостоятельная мысль, дается возможность высказать критические замечания.

Беседа по плану представляет собой заранее подготовленное совместное обсуждение вопросов темы каждым из участников. Эта форма потребует от студентов не только хорошей самостоятельной проработки теоретического материала, но и умение участвовать в коллективной дискуссии: кратко, четко и ясно формулировать и излагать свою точку зрения перед сокурсниками, отстаивать позицию в научном споре, присоединяться к чужому мнению или оппонировать другим участникам.

Реферат – самый простой и наименее самостоятельный вид письменной работы. Суть его состоит в кратком изложении содержащихся в научной литературе взглядов и идей по заданной теме. Реферат не требует оригинальности и новизны. В нем оценивается умение студента работать с книгой: выделять и формулировать проблему, отбирать основные тезисы и вспомогательные данные, логически выстраивать материал, грамотно оформлять научный текст.

Студентам предлагается два вида рефератных работ:

Реферирование научной литературы представляет собой сокращенное изложение содержания статьи или книги с основными сведениями и выводами. Такие рефераты актуальны тогда, когда в юридических источниках появляется новый теоретический или практический материал по изучаемой теме. От студента требуется, внимательно ознакомившись с первоисточником, максимально точно и полно передать его содержание. Для этого целесообразно выбрать форму последовательного изложения прочитанной книги, не меняя ее общий план и структуру (главы, разделы, параграфы). Необходимо сохранить логику повествования и позаботиться о связности текста. Авторские, оригинальные и новаторские мысли и идеи лучше передавать не своими словами, а с помощью цитирования. Объем реферата будет определяться содержанием источника, а также его научной и практической ценностью. Но в любом случае предпочтение отдается краткости и лаконичности, умению отбирать главное и освобождаться от второстепенного.

Реферат по теме представляет обзор научных взглядов и концепций по проблемному вопросу в изучаемой теме.

- Если вам предложена тема такого реферата на выбор, то предпочтение следует отдать той, которая для вас интересна или знакома. Она не должна быть очень сложной и объемной, в противном случае реферат будет напоминать курсовую работу.

- Для подготовки реферата студенту необходимо самому или с участием преподавателя подобрать источники информации. Следует позаботиться, чтобы в вашем списке оказались не случайные, а ценные в информационном плане книги. Можно выполнить работу, обратившись и к одному источнику – пособию, монографии, исследованию. Но лучше, если вы обратитесь к двум-трем научным трудам – это позволит представить проблему с нескольких точек зрения и высказать личные предпочтения.

- Одним из главных критериев оценки реферата будет соответствие его содержания заявленной теме. Для этого бегло ознакомившись с первоисточниками составьте предварительный план будущего реферата, обозначив в нем принципиально важные моменты и этапы освещения проблемы. После того, как у вас появятся рабочие записи по результатам изучения научной литературы и обширная информация по теме в целом, можно будет скорректировать общий план реферата. Старайтесь при работе над ним тщательно избавляться от «излишеств»: всякого рода абстрактных рассуждений, чрезмерных подробностей и многочисленных примеров, которые «размывают» тему или уводят от неё.

Структура реферата включает в себя введение, основную часть и заключение. Во введении формулируются цели и задачи работы, ее актуальность. Основная часть представляет собой последовательное и аргументированное изложение различных точек зрения на проблему, ее анализ, предполагаемые пути решения. Заключение обобщает основные мысли или обосновывает перспективы дальнейшего исследования темы. Если реферат достаточно объемён, то потребуются разделение текста на разделы (главы, параграфы). Иллюстративный материал – таблицы, схемы, графики – могут располагаться как внутри основной части, так и в разделе «Приложение».

Объём реферата зависит от целей и задач, решаемых в работе – от 5 до 20 страниц машинописного текста через два интервала. Если в задании, выданном преподавателем объём не оговаривается, то следует исходить из разумной целесообразности.

В реферате в обязательном порядке размещаются титульный лист, план или оглавление работы, а также список используемой литературы.

Обычно реферат может зачитываться как письменная работа, но некоторые преподаватели практикуют публичную защиту рефератов или их «озвучивание» на семинарских занятиях. В этом случае необходимо приложить дополнительные усилия для подготовки публичного выступления по материалам рефератной работы.

Доклад представляет собой устную форму сообщения информации. Он используется в вузе на семинарских занятиях и на научных студенческих конференциях.

Подготовка доклада осуществляется в два этапа: написание письменного текста на заданную тему и подготовка устного выступления перед аудиторией слушателей с освещением этой темы. Письменный доклад оформляется как реферат.

При работе над докладом следует учесть некоторые специфические особенности:

- Объём доклада должен согласовываться со временем, отведенным для выступления.

- При выборе темы нужно учитывать не только собственные интересы, но и интересы потенциальных слушателей. Ваше сообщение необходимо согласовывать с уровнем знаний и потребностей публики.

- Подготовленный текст доклада должен хорошо восприниматься на слух. Даже если отобранный вами материал сложен и неоднозначен, говорить желательно просто и ясно, не перегружая речь наукообразными оборотами и специфическими терминами.

Следует отметить, что иногда преподаватель не требует от студентов письменного варианта доклада и оценивает их работу исключительно по устному выступлению. Но значительно чаще письменный доклад проверяется и его качество также оценивается в баллах. Вне зависимости от того, нужно или не нужно будет сдавать на проверку текст будущего выступления, советуем не отказываться от письменной записи доклада. Это поможет избежать многих ошибок, которые случаются во время устной импровизации: отклонение от темы, нарушения логической последовательности, небрежное обращение с цитатами, злоупотребление деталями и т.д. Если вы хорошо владеете навыками свободной речи и обладаете высокой культурой мышления, то замените письменный доклад составлением тезисного плана. С его помощью зафиксируйте основные мысли и идеи, выстройте логику повествования, отберите яркие и точные примеры, сформулируйте выводы.

При подготовке к устному выступлению возьмите на вооружение некоторые советы:

- Лучший вариант выступления перед аудиторией – это свободная речь, не осложненная чтением текста. Но если у вас не выработано умение общаться с публикой без бумажки, то не пытайтесь сделать это сразу, без подготовки. Осваивать этот опыт нужно постепенно, от доклада к докладу увеличивая объем речи без заглядывания в текст.

- Если вы намерены считать доклад с заготовленных письменных записей, то постарайтесь, чтобы чтение было «художественным»: обозначайте паузой логические переходы от части к части, выделяйте интонационно особо важные мысли и аргументы, варьируйте темп речи.

- Читая доклад, не торопитесь, делайте это как можно спокойнее. Помните, что скорость произношения текста перед слушателями всегда должна быть более медленной, чем скорость вашей повседневной речи.

- Сверьте письменный текст с хронометром, для этого прочитайте его несколько раз с секундомером в руках. В случае, если доклад окажется слишком длинным или коротким, проведите его реконструкцию. Однако вместе с сокращениями или дополнениями не «потеряйте» тему. Не поддавайтесь искушению рассказать все, что знаете – полно и подробно.

- Обратите внимание на тембр и силу вашего голоса. Очень важно, чтобы вас было слышно в самых отдаленных частях аудитории, и при этом вы не «глушили» вблизи вас находящихся слушателей. Варьируйте тембр речи, он придаст ей выразительность и поможет избежать монотонности.

- Следите за своими жестами. Чрезмерная жестикуляция отвлекает от содержания доклада, а полное ее отсутствие снижает действенную силу выступления. Постарайтесь избавиться от жестов, демонстрирующих ваше волнение (когда крутятся ручки, теребятся пуговицы, заламываются пальцы). Используйте жесты – выразительные, описательные, подражательные, указующие – для полноты передачи ваших мыслей.

- Установите зрительный контакт с аудиторией. Не стоит все время смотреть в окно, опускать глаза или сосредотачиваться на тексте. Старайтесь зрительно общаться со всеми слушателями, переводя взгляд от одних к другим. Не обращайтесь к опоздавшим и не прерывайте свой доклад замечаниями. Но вместе с тем следите за реакцией публики на ваше выступление (одобрение, усталость, интерес, скуку) и если сможете, вносите коррективы в речь с целью повышения интереса к его содержанию.

- Отвечать на вопросы в конце выступления надо кратко, четко и уверенно, без лишних подробностей и повторов. Постарайтесь предугадать возможные вопросы своих слушателей и подготовиться к ним заранее. Но если случится, что вы не знаете ответа на заданный вам вопрос, не бойтесь в этом признаться. Это значительно лучше, чем отвечать не по существу или отшучиваться.

- Проведите генеральную репетицию своего доклада перед друзьями или близкими. Это поможет заранее выявить некоторые недостатки – стилистически слабые места, труднопроизносимые слова и фразы, затянутые во времени части и т.д. Проанализируйте свою дикцию, интонации, жесты. Сделайте так, чтобы они помогали, а не мешали успешно представить публике подготовленный вами доклад.

Презентация – современный способ устного или письменного представления информации с использованием мультимедийных технологий.

Существует несколько вариантов презентаций.

- Презентация с выступлением докладчика
- Презентация с комментариями докладчика
- Презентация для самостоятельного просмотра, которая может демонстрироваться перед аудиторией без участия докладчика.

Подготовка презентации включает в себя несколько этапов:

1. Планирование презентации

От ответов на эти вопросы будет зависеть всё построение презентации:

- каково предназначение и смысл презентации (демонстрация результатов научной работы, защита дипломного проекта и т.д.);

- какую роль будет выполнять презентация в ходе выступления (сопровождение доклада или его иллюстрация);
- какова цель презентации (информирование, убеждение или анализ);
- на какое время рассчитана презентация (короткое - 5-10 минут или продолжительное - 15-20 минут);
- каков размер и состав зрительской аудитории (10-15 человек или 80-100; преподаватели, студенты или смешенная аудитория).

2. Структурирование информации

- в презентации не должна быть менее 10 слайдов, а общее их количество превышать 20 - 25.
- основными принципами при составлении презентации должны быть ясность, наглядность, логичность и запоминаемость;
- презентация должна иметь сценарий и четкую структуру, в которой будут отражены все причинно-следственные связи,
- работа над презентацией начинается после тщательного обдумывания и написания текста доклада, который необходимо разбить на фрагменты и обозначить связанные с каждым из них задачи и действия;
- первый шаг – это определение главной идеи, вокруг которой будет строиться презентация;
- часть информации можно перевести в два типа наглядных пособий: текстовые, которые помогут слушателям следить за ходом развертывания аргументов и графические, которые иллюстрируют главные пункты выступления и создают эмоциональные образы.
- сюжеты презентации могут разъяснять или иллюстрировать основные положения доклада в самых разнообразных вариантах.

Очень важно найти правильный баланс между речью докладчика и сопровождающими её мультимедийными элементами.

Для этого целесообразно:

- определить, что будет представлено на каждом слайде, что будет в это время говориться, как будет сделан переход к следующему слайду;
- самые важные идеи и мысли отразить и на слайдах и произнести словами, тогда как второстепенные – либо словами, либо на слайдах;
- информацию на слайдах представить в виде тезисов – они сопровождают подробное изложение мыслей выступающего, а не наоборот;
- для разъяснения положений доклада использовать разные виды слайдов: с текстом, с таблицами, с диаграммами;
- любая презентация должна иметь собственную драматургию, в которой есть:

«завязка» - пробуждение интереса аудитории к теме сообщения (яркий наглядный пример);

«развитие» - демонстрация основной информации в логической последовательности (чередование текстовых и графических слайдов);

«кульминация» - представление самого главного, нового, неожиданного (эмоциональный речевой или иллюстративный образ);

«развязка» - формулирование выводов или практических рекомендаций (видеоряд).

3. Оформление презентации

Оформление презентации включает в себя следующую обязательную информацию:

Титульный лист

- представляет тему доклада и имя автора (или авторов);

- на защите курсовой или дипломной работы указывает фамилию и инициалы научного руководителя или организации;

- на конференциях обозначает дату и название конференции.

План выступления

- формулирует основное содержание доклада (3-4 пункта);
- фиксирует порядок изложения информации;

Содержание презентации

- включает текстовую и графическую информацию;
- иллюстрирует основные пункты сообщения;
- может представлять самостоятельный вариант доклада;

Завершение

- обобщает, подводит итоги, суммирует информацию;
- может включать список литературы к докладу;
- содержит слова благодарности аудитории.

4. Дизайн презентации

Текстовое оформление

- Не стоит заполнять слайд слишком большим объемом информации - лучше всего запоминаются не более 3-х фактов, выводов, определений.
- Оптимальное число строк на слайде – 6 -11.
- Короткие фразы запоминаются визуально лучше. Пункты перечней не должны превышать двух строк на фразу.
- Наибольшая эффективность достигается тогда, когда ключевые пункты отображаются по одному на каждом отдельном слайде
- Если текст состоит из нескольких абзацев, то необходимо установить красную строку и интервал между абзацами.
- Ключевые слова в информационном блоке выделяются цветом, шрифтом или композиционно.
- Информацию предпочтительнее располагать горизонтально, наиболее важную - в центре экрана.
- Не следует злоупотреблять большим количеством предлогов, наречий, прилагательных, вводных слов.
- Цифровые материалы лучше представить в виде графиков и диаграмм – таблицы с цифровыми данными на слайде воспринимаются плохо.
- Необходимо обратить внимание на грамотность написания текста. Ошибки во весь экран производят неприятное впечатление

Шрифтовое оформление

- Шрифты без засечек (Arial, Tahoma, Verdana) читаются легче, чем гротески. Нельзя смешивать различные типы шрифтов в одной презентации.
- Шрифтовой контраст можно создать посредством размера шрифта, его толщины, начертания, формы, направления и цвета;
- Для заголовка годится размер шрифта 24-54 пункта, а для текста - 18-36 пунктов.
- Курсив, подчеркивание, жирный шрифт используются ограниченно, только для смыслового выделения фрагментов текста.
- Для основного текста не рекомендуются прописные буквы.

Цветовое оформление

- На одном слайде не используется более трех цветов: фон, заголовок, текст.
- Цвет шрифта и цвет фона должны контрастировать – текст должен хорошо читаться, но не резать глаза.
- Для фона предпочтительнее холодные тона.
- Существуют не сочетаемые комбинации цветов. Об этом можно узнать в специальной литературе.
- Черный цвет имеет негативный (мрачный) подтекст. Белый на черном читается плохо.
- Если презентация большая, то есть смысл разделить её на части с помощью цвета – разный цвет способен создавать разный эмоциональный настрой.

- Нельзя выбирать фон, который содержит активный рисунок.

Композиционное оформление

- Следует соблюдать единый стиль оформления. Он может включать определенный шрифт (гарнитура и цвет), фон цвета или фоновый рисунок, декоративный элемент небольшого размера и т.д.
- Не приемлемы стили, которые будут отвлекать от презентации.
- Крупные объекты в композиции смотрятся неважно.
- Вспомогательная информация (управляющие кнопки) не должна преобладать над основной (текстом и иллюстрацией).
- Для серьезной презентации отбираются шаблоны, выполненные в деловом стиле.

Анимационное оформление

- Основная роль анимации – дозирования информации. Аудитория, как правило, лучше воспринимает информацию порциями, небольшими зрительными фрагментами.
- Анимация используется для привлечения внимания или демонстрации развития какого-либо процесса
- Не стоит злоупотреблять анимационными эффектами, которые отвлекают от содержания или утомляют глаза читающего.
- Особенно нежелательно частое использование таких анимационных эффектов как вылет, вращение, волна, побуквенное появление текста.

Звуковое оформление

- Музыкальное сопровождение призвано отразить суть или подчеркнуть особенности темы слайда или всей презентации, создать определенный эмоциональный настрой.
- Музыку целесообразно включать тогда, когда презентация идет без словесного сопровождения.
- Звуковое сопровождение используется только по необходимости, поскольку даже фоновая тихая музыка создает излишний шум и мешает восприятию содержания.
- Необходимо выбрать оптимальную громкость, чтобы звук был слышан всем слушателем, но не был оглушительным.

Графическое оформление

- Рисунки, фотографии, диаграммы призваны дополнить текстовую информацию или передать её в более наглядном виде.
- Нельзя представлять рисунки и фото плохого качества или с искаженными пропорциями.
- Желательно, чтобы изображение было не столько фоном, сколько иллюстрацией, равной по смыслу самому тексту, чтобы помочь по-новому понять и раскрыть его.
- Следует избегать некорректных иллюстраций, которые неправильно или двусмысленно отражают смысл информации.
- Необходимо позаботиться о равномерном и рациональном использовании пространства на слайде: если текст первичен, то текстовый фрагмент размещается в левом верхнем углу, а графический рисунок внизу справа и наоборот.
- Иллюстрации рекомендуется сопровождать пояснительным текстом. Подписи к картинкам лучше выполнять сбоку или снизу, если это только не название самого слайда.
- Если графическое изображение используется в качестве фона, то текст на этом фоне должен быть хорошо читаем.

Таблицы и схемы

- Не стоит вставлять в презентацию большие таблицы – они трудны для восприятия. Лучше заменить их графиками, построенными на основе этих таблиц.

- Если все же таблицу показать надо, то следует оставить как можно меньше строк и столбцов, отобразив и разместив только самые важные данные.

- При использовании схем на слайдах необходимо выравнивать ряды блоков схемы, расстояние между блоками, добавить соединительные схемы при помощи инструментов Автофигур,

- При создании схем нужно учитывать связь между составными частями схемы: если они равнозначны, то заполняются одним шрифтом, фоном и текстом, если есть первостепенная информация, то она выделяется особым способом с помощью организационных диаграмм.

Аудио и видео оформление

- Видео, кино и теле материалы могут быть использованы полностью или фрагментарно в зависимости от целей, которые преследуются.

- Продолжительность фильма не должна превышать 15-25 минут, а фрагмента – 4-6 минут.

- Нельзя использовать два фильма на одном мероприятии, но показать фрагменты из двух фильмов вполне возможно.

Подготовка к зачёту / экзамену. Готовиться к зачёту / экзамену нужно заранее и в несколько этапов. Для этого:

- Просматривайте конспекты лекций сразу после занятий. Это поможет разобраться с непонятными моментами лекции и возникшими вопросами, пока еще лекция свежа в памяти.

- Бегло просматривайте конспекты до начала следующего занятия. Это позволит «освежить» предыдущую лекцию и подготовиться к восприятию нового материала.

- Каждую неделю отводите время для повторения пройденного материала.

Непосредственно при подготовке:

- Упорядочьте свои конспекты, записи, задания.

- Прикиньте время, необходимое вам для повторения каждой части (блока) материала, выносимого на зачет.

- Составьте расписание с учетом скорости повторения материала, для чего

- Разделите вопросы для зачёта / экзамена на знакомые (по лекционному курсу, семинарам, конспектированию), которые потребуют лишь повторения и новые, которые придется осваивать самостоятельно. Начните с тем хорошо вам известных и закрепите их с помощью конспекта и учебника. Затем пополните свой теоретический багаж новыми знаниями, обязательно воспользовавшись рекомендованной литературой.

- Правильно используйте консультации, которые проводит преподаватель. Приходите на них с заранее проработанными самостоятельно вопросами. Вы можете получить разъяснение по поводу сложных, не до конца понятых тем, но не рассчитывайте во время консультации на исчерпывающую информации по содержанию всего курса.