

Негосударственное аккредитованное некоммерческое частное  
образовательное учреждение высшего образования  
«Академия маркетинга и социально-информационных технологий –  
ИМСИТ»  
(г. Краснодар)

Факультет менеджмента

Кафедра государственного и корпоративного управления



УТВЕРЖДАЮ  
Председатель НМС,  
проректор по учебной работе,  
профессор

 Н.Н. Павелко

«16» апреля 2018 г.

**Б1.Б.13**

**МАРКЕТИНГ ПЕРСОНАЛА**

рабочая программа по дисциплине  
для студентов направления подготовки  
**38.03.03 Управление персоналом**

Направленность (профиль) образовательной программы  
«Управление персоналом организации»

квалификация (степень) выпускника  
«БАКАЛАВР»

Краснодар  
2018

Рабочая программа по дисциплине «Маркетинг персонала» для студентов направления подготовки **38.03.03 Управление персоналом**, направленность (профиль) образовательной программы «Управление персоналом организации»/сост. Г.Н. Юльчиева, д-р экон. наук, доцент. – Краснодар: Академия ИМСИТ, 2018.

Рабочая программа составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки **38.03.03 Управление персоналом**, направленность (профиль) образовательной программы «Управление персоналом организации», утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 14 декабря 2015 г. № 1461.

Составитель:

кандидат юридических наук, доцент



Г.Н. Юльчиева

Рабочая программа рассмотрена и рекомендована на заседании кафедры государственного и корпоративного управления от «12» марта 2018 г. протокол № 8.

Зав. кафедрой государственного и корпоративного управления,  
канд. экон. наук, доцент



С.А. Мусиенко

Рабочая программа утверждена на заседании Научно-методического совета Академии от «16» апреля 2018 г. протокол № 8.

Согласовано:

Проректор по качеству образования,  
доцент



К.В. Писаренко

Рецензенты:

М.Г. Феодоров, директор ООО «ГорРемСтрой Управление», г. Краснодар

Т.П. Хохлова, кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики и менеджмента Краснодарского филиала ФГБОУ ВО «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»

## СОДЕРЖАНИЕ

1	Цель и задачи освоения дисциплины	4
2	Место дисциплины в структуре ОПОП ВО	4
3	Требования к результатам освоения содержания дисциплины	6
4	Содержание и структура дисциплины (модуля)	10
4.1	Содержание разделов дисциплины	10
4.2	Структура дисциплины	10
4.3	Занятия лекционного типа	13
4.4	Занятия семинарского типа	13
4.5	Курсовая работа	14
4.6	Самостоятельное изучение разделов дисциплины	14
5	Образовательные технологии	17
5.1	Интерактивные образовательные технологии, используемые в аудиторных занятиях	17
6	Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации	18
7	Учебно-методическое обеспечение дисциплины (модуля)	20
7.1	Основная литература	20
7.2	Дополнительная литература	20
7.3	Периодические издания	21
7.4	Интернет-ресурсы	21
7.5	Методические указания и материалы по видам занятий	21
8	Условия реализации программы для обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья	22
9	Материально-техническое обеспечение дисциплины	22

## 1. Цель и задачи освоения дисциплины

**Целью** учебной дисциплины «Маркетинг персонала» является формирование у обучающихся системных представлений об основах, методах, принципах, стилях и возможностях управления персоналом в организации на основах маркетинга, а также о теоретических основах, методологии, методах и практики исследования процессов взаимоотношений внутри коллектива и закономерностей развития сплоченности команды. Формирование целостной системы знаний об основных составляющих современных взглядов и мнений об управлении персоналом на основе маркетинга и их взаимодействия и взаимодополнения, основанной на совокупности теоретических и практических навыков исследования современной организационно-экономической модели управления персоналом.

### **Задачи:**

- изучение основных понятий, методов, формирующих общие экономические знания и развивающих логическое мышление при анализе экономических явлений и объектов;
- развитие у студентов навыков самостоятельного изучения учебной литературы по теоретическим и прикладным аспектам дисциплины;
- умение чётко формулировать задачу, находить соответствующий метод решения, необходимые теоретические данные и обоснованно сделать вывод по рассматриваемой проблеме;
- овладение навыками и приёмами анализа внутрикорпоративного управления, его отдельными преимуществами и недостатками;
- создание базы знаний для изучения дисциплин, использующих методы анализа, организации, управления и оценки управления персоналом на основе маркетинга.
- формирование понятийного аппарата, характеризующего маркетинг персонала;
- формирование у студентов системы оценок с экономических позиций современных факторов и тенденций развития маркетинга персонала;
- изучение современных этапов развития и возможностей практического применения маркетинга персонала;
- изучение различных аспектов деятельности современных методов маркетинга персонала;
- приобретение необходимых знаний о системе, организации, закономерностей развития маркетинга персонала.
- формирования у студентов умений и практических навыков по самостоятельной работе с первоисточниками, научной и информационно-справочной литературой по основам теории управления на русском и иностранных языках в интересах профессиональной подготовки по направлению 38.03.03 Управление персоналом.

## 2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина «Маркетинг персонала» относится к базовой части учебного плана.

Требования к входным знаниям, умениям и компетенциям обучающегося, необходимым для ее изучения:

- наличие первичных знаний о современном состоянии системы маркетинга персонала, особенностях формирования внутрикорпоративного маркетинга в современной экономики страны;
- умений обработки данных официальных источников и периодической литературы;
- владение первичными навыками анализа данных, анализа маркетинговых исследований современного рынка труда и уровня развития его в российской экономики.

Дисциплина «Маркетинг персонала» имеет логическую связь с дисциплинами базовой части рабочего учебного плана направления подготовки 38.03.03 Управление персоналом («Документационное обеспечение управления персоналом», «Мотивация и стимулирование трудовой деятельности», «Основы организации труда», «Конфликтология», «Рынок труда», «Управление персоналом организации», «Основы управления персоналом», «Основы кадровой политики и кадрового планирования») а также дисциплин вариативной части («Разработка управленческого решения», «Тренинг "Эффективное командообразование и развитие лидерства"», «Тренинг "Профессиональные навыки менеджера по персоналу"», «Организация и планирование производства», «Тренинг "Разработка модели профессиональной компетенции"», «Системный анализ и моделирование в кадровом менеджменте», «Инновационный менеджмент в управлении персоналом»).

Освоение данной дисциплины необходимо для формирования знания, умений и навыков в области профессиональной деятельности и для решения профессиональных задач предусмотренных ФГОС ВО направления подготовки 38.03.03 Управление персоналом рабочим учебным планом академии.

### 3. Требования к результатам освоения содержания дисциплины

В результате освоения дисциплины в соответствии с видами профессиональной деятельности, согласно учебного плана, на которые ориентирована ОПОП бакалавриата, должны быть решены следующие профессиональные задачи и сформированы следующие общепрофессиональные (ОПК), профессиональные (ПК) компетенции:

ОПК-5 - способностью анализировать результаты исследований в контексте целей и задач своей организации		
<b>Знать</b>	<b>Уметь</b>	<b>Владеть</b>
- основы современной философии и концепций управления персоналом; -основы сущности и задач, закономерностей, принципов и методов исследований	- применять анализировать результаты исследований в контексте целей и задач своей организации	-анализом результатов исследований в контексте целей и задач своей организации
ОПК-8 - способностью использовать нормативные правовые акты в своей профессиональной деятельности, анализировать социально-экономические проблемы и процессы в организации, находить организационно-управленческие и экономические решения, разрабатывать алгоритмы их реализации и готовностью нести ответственность за их результаты		
<b>Знать</b>	<b>Уметь</b>	<b>Владеть</b>
-основы коллективной работы в организации; -основы нормативно-правовых актов своей профессиональной деятельности; -основы работы на общий результат; -основы организации и координации взаимодействия между людьми, контроля и оценки эффективности деятельности других	-использовать нормативные правовые акты в своей профессиональной деятельности, - анализировать социально-экономические проблемы и процессы в организации, - находить организационно-управленческие и экономические решения, - разрабатывать алгоритмы их реализации и готовностью нести ответственность за их результаты	методами использования нормативные правовые акты в своей профессиональной деятельности, анализировать социально-экономические проблемы и процессы в организации, находить организационно-управленческие и экономические решения, разрабатывать алгоритмы их реализации и готовностью нести ответственность за их результаты
ПК-2 - знанием основ кадрового планирования и контроллинга, основ маркетинга персонала, разработки и реализации стратегии привлечения персонала и умением применять их на практике		
<b>Знать</b>	<b>Уметь</b>	<b>Владеть</b>

<ul style="list-style-type: none"> <li>- основы кадрового планирования;</li> <li>-основы контроллинга,</li> <li>- основы маркетинга персонала,</li> <li>- методы разработки и реализации стратегии привлечения персонала.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- разрабатывать и использовать виды кадрового планирования и контроллинга,</li> <li>-применять методы маркетинга персонала,</li> <li>- разрабатывать и реализовывать стратегии привлечения персонала</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- применять на практике основы кадрового планирования и контроллинга,</li> <li>- использования методов маркетинга при управление персоналом,</li> <li>- разработкой и реализацией стратегии привлечения персонала</li> </ul>
<p>ПК-6 - знанием основ профессионального развития персонала, процессов обучения, управления карьерой и служебно-профессиональным продвижением персонала, организации работы с кадровым резервом, видов, форм и методов обучения персонала и умением применять их на практике</p>		
<p><b>Знать</b></p>	<p><b>Уметь</b></p>	<p><b>Владеть</b></p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- основы профессионального развития персонала,</li> <li>- процессы обучения, управления карьерой и служебно-профессиональным продвижением персонала,</li> <li>- организации работы с кадровым резервом, видов, форм и методов обучения персонала и умением применять их на практике</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- применять на практике профессионального развития персонала, процессов обучения, управления карьерой и служебно-профессиональным продвижением персонала, организации работы с кадровым резервом, видов, форм и методов обучения персонала</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- методами профессионального развития персонала, процессов обучения, управления карьерой и служебно-профессиональным продвижением персонала, организации работы с кадровым резервом, видов, форм и методов обучения персонала</li> </ul>
<p>ПК-21 -знанием основ оценки качества обучения, управления карьерой, служебно-профессиональным продвижением и работы с кадровым резервом и умением применять их на практике</p>		
<p><b>Знать</b></p>	<p><b>Уметь</b></p>	<p><b>Владеть</b></p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- основы оценки качества обучения, управления карьерой, служебно-профессиональным продвижением и работы с кадровым резервом</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-применять на практике оценки качества обучения, управления карьерой, служебно-профессиональным продвижением и работы с кадровым резервом</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- методами оценки качества обучения, управления карьерой, служебно-профессиональным продвижением и работы с кадровым резервом</li> </ul>

Освоение дисциплины «Маркетинг персонала» обеспечивает подготовку бакалавров по направлению подготовки 38.03.03 Управление персоналом, **область профессиональной деятельности**, которых включает:

- разработку философии, концепции, кадровой политики и стратегии маркетинга персонала персоналом;
- кадровое планирование персонала;
- найм, прием, оценку, аудит, контроллинг и учет персонала; социализацию, профориентацию, адаптацию и аттестацию персонала;
- трудовые отношения; управление этическими нормами поведения, организационной культурой, конфликтами и стрессами;
- управление занятостью;
- организацию, нормирование, регламентацию, безопасность, условия и дисциплину труда;
- развитие персонала: обучение, в том числе повышение квалификации и профессиональную переподготовку, стажировку, управление деловой карьерой и служебно-профессиональным продвижением, управление кадровым резервом;
- мотивацию и стимулирование персонала, в том числе оплату труда; социальное развитие персонала;
- работу с высвобождающимся персоналом;
- организационное проектирование, формирование и развитие системы управления персоналом, в т.ч. ее организационной структуры;
- кадровое, нормативно-методическое, делопроизводственное, правовое и информационное обеспечение системы управления персоналом;
- оценку затрат на персонал, а также оценку экономической и социальной эффективности проектов совершенствования системы и технологии управления персоналом; управленческий (в т.ч. кадровый) консалтинг.

Освоение дисциплины «Маркетинг персонала» обеспечивает подготовку бакалавров по направлению подготовки 38.03.03 Управление персоналом, **объектами профессиональной деятельности**, которых являются:

- службы управления персоналом организаций любой организационно-правовой формы в промышленности, торговле, на транспорте, в банковской, страховой, туристической и других сферах деятельности, в том числе научно-исследовательских организаций;
- службы управления персоналом государственных и муниципальных органов управления;
- службы занятости и социальной защиты населения регионов и городов, кадровые агентства;
- организации, специализирующиеся на управленческом и кадровом консалтинге и аудите.

Освоение дисциплины «Маркетинг персонала» обеспечивает подготовку бакалавров по направлению подготовки 38.03.03 Управление персоналом, подготовленных к решению ряда следующих **профессиональных задач** в соответствии с **видами профессиональной деятельности**, на которые ориентирована ОПОП:

- а) организационно-управленческая и экономическая;
- б) информационно-аналитическая;
- в) социально-психологическая;
- г) проектная.

Конкретные виды профессиональной деятельности, к которым в основном готовится бакалавр, определяются высшим учебным заведением совместно с заинтересованными участниками образовательного процесса.

**Задачи профессиональной деятельности бакалавров:**

- а) в организационно-управленческой и экономической деятельности:



- разработка кадровой политики и стратегии управления персоналом;
  - планирование кадровой работы и маркетинг персонала;
  - обеспечение организации кадрами специалистов требуемой квалификации, необходимого уровня и направленности подготовки;
  - организация профессиональной ориентации и трудовой адаптации молодых специалистов, деятельность по их закреплению и рациональному использованию;
  - участие в разработке стратегии профессионального развития персонала;
  - организация и контроль подготовки, профессиональной переподготовки и повышения квалификации и стажировки персонала;
  - организация работы по оценке и управлению деловой карьерой, формированию резерва, аттестации персонала;
  - мотивация и стимулирование труда персонала, в том числе оплата труда;
  - участие в обеспечении безопасных условий труда, экономической и информационной безопасности;
  - участие в обеспечении соблюдения требований психофизиологии, эргономики и эстетики труда;
  - организация работ с высвобождающимся персоналом;
  - применение законов о труде, иных нормативно-правовых актов социально-трудовой сферы для решения правовых вопросов трудовых отношений;
  - экономический анализ показателей по труду, в том числе затрат на персонал;
  - оценка экономической и социальной эффективности управления персоналом.
- б) в информационно-аналитической деятельности:*
- анализ рынка труда;
  - прогнозирование и определение потребности в персонале;
  - анализ кадрового потенциала организации, отдельного работника;
  - изучение профессиональных, деловых и личностных качеств работников с целью рационального их использования;
  - анализ социальных процессов и отношений в организации;
  - анализ системы и процессов управления персоналом организации;
  - использование автоматизированных информационных технологий управления персоналом.
- в) в социально-психологической деятельности:*
- осуществление социальной работы с персоналом;
  - участие в разработке и внедрении планов социального развития организации;
  - формирование трудового коллектива (групповые и межличностные взаимоотношения, морально-психологический климат);
  - управление этикой деловых отношений, конфликтами и стрессами;
  - предупреждение личной профессиональной деформации и профессионального выгорания.
- г) в проектной деятельности:*
- применение современных методов управления персоналом;
  - участие в разработке, обосновании и внедрении проектов совершенствования системы и технологии управления персоналом и организации в целом (в т.ч. в кризисных ситуациях);
  - участие в процессах планирования и оптимизации структуры персонала организации.

Все это позволит будущим бакалаврам овладеть современным экономическим мышлением, всем разнообразием форм и методов хозяйствования, умением работать в кризисных ситуациях.

#### 4. Содержание и структура дисциплины (модуля)

##### 4.1. Содержание разделов (модулей) дисциплины

**Таблица 1- Содержание разделов (модулей) дисциплины**

№ раздела	Содержание раздела	Форма текущего контроля	Формируемые компетенции
1	Модуль 1. Сущность маркетинга персонала в управлении персоналом организации	домашнего задания (ДЗ), написание реферата (Р), эссе (Э), рубежный контроль (РК), тестирование (Т)	ОПК-5 ОПК-8 ПК-2 ПК-6
2	Модуль 2. Определение и организация внутрикорпоративного маркетинга в организации	домашнего задания (ДЗ), написание реферата (Р), эссе (Э), рубежный контроль (РК), тестирование (Т)	ОПК-5 ОПК-8 ПК-2 ПК-6
3	Модуль 3. Оценка внутрикорпоративного маркетинга в организации	домашнего задания (ДЗ), написание реферата (Р), эссе (Э), рубежный контроль (РК), тестирование (Т)	ОПК-5 ОПК-8 ПК-2 ПК-6 ПК-21
4	Модуль 4. Планирования внутрикорпоративного маркетинга в организации	домашнего задания (ДЗ), написание реферата (Р), эссе (Э), рубежный контроль (РК), тестирование (Т)	ОПК-5 ОПК-8 ПК-2 ПК-6 ПК-21

##### 4.2. Структура дисциплины

Объем учебной дисциплины и виды учебной работы для студентов очной формы обучения (ОФО), заочной формы обучения (ЗФО).

**Таблица 2 - Объем учебной дисциплины и виды учебной работы ОФО**

Вид учебной работы	Всего часов/зачетн. ед.	Семестр 7
<b>Общая трудоемкость (часы, зачетные единицы)</b>	108/3	108/3
<b>Контактная работа обучающихся с преподавателем (контактные часы), всего</b>	64,2/1,78	64,2/1,78
Аудиторные работа, всего	64/1,78	64/1,78
в том числе:		
лекции	32/0,89	32/0,89
практические занятия (ПР)	32/0,88	32/0,89
Контактная работа по промежуточной аттестации (КАЭ)	0,2/0,005	0,2/0,005
<b>Самостоятельная работа в семестре, всего:</b>	43,8/1,22	43,8/1,22
в том числе:		
Изучение теоретического материала, подготовка к аудиторным занятиям	25,8/0,72	25,8/0,72

Написание и защита исследовательского проекта (ИП)	11/0,3	11/0,3
Самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий, подготовка к практическим занятиям, рубежному контролю и т.д.)	7/0,19	7/0,19
<b>Самостоятельная работа в период экз.сессии (Контроль)</b>		
<b>Вид контроля по дисциплине</b>	зачет	зачет

**Таблица 3 - Объем учебной дисциплины и виды учебной работы ЗФО**

Вид учебной работы	Трудоемкость, часов (зач.ед.)		
	Всего часов/зачетн. ед.	5 курс 1 сессия	5 курс 2 сессия
<b>Общая трудоемкость (часы, зачетные единицы)</b>	108/3	36/1	72/2
<b>Контактная работа обучающихся с преподавателем (контактные часы), всего</b>	20,2/0,56	2/0,05	18,2/0,51
Аудиторные работа, всего	20/0,56	2/0,05	18/0,5
в том числе:			
лекции	10/0,28	2/0,05	8/0,22
практические занятия (ПР)	10/0,28		10/0,28
Контактная работа по промежуточной аттестации (КАЭ)	0,2/0,005		0,2/0,01
<b>Самостоятельная работа в семестре, всего:</b>	84/2,33	34/0,94	50/1,38
в том числе:			
Изучение теоретического материала, подготовка к аудиторным занятиям	42/1,17	16/0,44	26/0,72
Реферат (Р)	22/0,6	11/0,3	11/0,3
Самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий, подготовка к лабораторным и практическим занятиям, коллоквиумам, рубежному контролю и т.д.)	20/0,56	7/0,19	13/0,36
<b>Самостоятельная работа в период экз.сессии (Контроль)</b>	3,8/0,11		3,8/0,11
<b>Вид контроля по дисциплине</b>	зачет		зачет

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины для студентов очной формы обучения (ОФО), заочной формы обучения (ЗФО).

**Таблица 4 - Разделы дисциплины, изучаемые студентами ОФО**

№	Наименование разделов	Контактная работа/ контактные часы	Самост	Контр
---	-----------------------	------------------------------------	--------	-------

Раздел а		Всего	Аудиторная работа		Конс, КАЭ	ИК, КА	оательная работа	оль
			Л	ПР				
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	Модуль 1. Сущность маркетинга персонала в управлении персоналом организации	16	8	8			10	
2	Модуль 2. Определение и организация внутрикорпоративного маркетинга в организации	16	8	8			10	
3	Модуль 3. Оценка внутрикорпоративного маркетинга в организации	16	8	8			10	
4	Модуль 4. Планирования внутрикорпоративного маркетинга в организации	15,8	8	8			14	
	Итого: 108	64,2	32	32	0,2		43,8	

Таблица 5 - Разделы дисциплины, изучаемые студентами ЗФО

№ Раздел а	Наименование модулей	Контактная работа/ контактные часы				Самостоятельная работа	Контроль	
		Всего	Аудиторная работа		Конс, КАЭ			
			Л	ПР				
1	2	3	4	5	6	7	8	9
5 курс 1 сессия								
1	Модуль 1. Сущность маркетинга персонала в управлении персоналом организации	2	2				34	
	Итого: 36		2				34	
5 курс 2 сессия								
2	Модуль 2. Определение и организация внутрикорпоративного маркетинга в организации	4	2	2			14	1
3	Модуль 3. Оценка внутрикорпоративного маркетинга в организации	6	2	4			16	1
4	Модуль 4. Планирования внутрикорпоративного маркетинга в организации	8	4	4			20	1,8
	КАЭ	0,2			0,2			
	<i>Итого: 72</i>	18,2	8	10			50	3,8
	<i>Всего: 108</i>		10	10	0,2		84	3,8

\*Контактная работа при проведении учебных занятий по дисциплине осуществляется в соответствии с приказом Минобрнауки России от 05.04.2017 № 301 «Об утверждении порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным

программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры».

#### 4.3 Занятия лекционного типа

В соответствии с п. 31 приказа Минобрнауки России от 05.04.2017 № 301 «Об утверждении порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры» занятия лекционного типа проводятся в форме лекций и иных учебных занятий, предусматривающих преимущественную передачу учебной информации научно-педагогическими работниками академии.

По дисциплине «Маркетинг персонала» занятия лекционного типа проводятся в форме лекций.

#### 4.4 Занятия семинарского типа

В соответствии с п. 31 приказа Минобрнауки России от 05.04.2017 № 301 «Об утверждении порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры» занятия семинарского типа проводятся в форме: семинаров, практических занятий, практикумов, лабораторные работы, коллоквиумов.

По дисциплине «Маркетинг персонала» занятия семинарского типа проводятся в форме практических занятий.

*Практическое занятие* - это одна из форм учебной работы, которая ориентирована на закрепление изученного теоретического материала, его более глубокое усвоение и формирование умения применять теоретические знания в практических, прикладных целях. Особое внимание на практических занятиях уделяется выработке учебных или профессиональных навыков. Такие навыки формируются в процессе выполнения конкретных заданий - упражнений, задач и т. п. - под руководством и контролем преподавателя.

Таблица 6 - Содержание и структура дисциплины «Маркетинг персонала», практические занятия по формам обучения

№ п/п	Наименование темы с указанием основных вопросов	Формируемые компетенции	Семестр ОФО / ЗФО	ОФО (часы)	ЗФО (часы)
1	Модуль 1. Сущность маркетинга персонала в управлении персоналом организации	ОПК-5 ОПК-8 ПК-2 ПК-6	7/10	8	
2	Модуль 2. Определение и организация внутрикорпоративного маркетинга в организации	ОПК-5 ОПК-8 ПК-2 ПК-6	7/10	8	2

3	Модуль 3. Оценка внутрикорпоративного маркетинга в организации	ОПК-5 ОПК-8 ПК-2 ПК-6 ПК-21	7/10	8	4
4	Модуль 4. Планирования внутрикорпоративного маркетинга в организации	ОПК-5 ОПК-8 ПК-2 ПК-6 ПК-21	7/10	8	4
	Итого:			32	10

#### 4.5 Курсовая работа

В рамках изучения дисциплины «Маркетинг персонала» выполнение курсовых работ не предусмотрено рабочим учебным планом академии.

#### 4.6 Самостоятельное изучение разделов дисциплины

Методические указания по выполнению самостоятельной работы обучающимися представлены в таблице 7.

Самостоятельная работа студентов в ходе семестра является важной составной частью учебного процесса и необходима для закрепления и углубления знаний, полученных в период сессии на лекциях, практических и интерактивных занятиях, а также для индивидуального изучения дисциплины «Маркетинг персонала» в соответствии с программой и рекомендованной литературой.

Самостоятельная работа выполняется в виде подготовки домашнего задания или сообщения по отдельным вопросам, написание и защита научно-исследовательского проекта.

Контроль качества выполнения самостоятельной (домашней) работы может осуществляться с помощью устного опроса на лекциях или практических занятиях, обсуждения подготовленных научно-исследовательских проектов, проведения тестирования.

Устные формы контроля помогут оценить владение студентами жанрами научной речи (дискуссия, диспут, сообщение, доклад и др.), в которых раскрывается умение студентов передать нужную информацию, грамотно использовать языковые средства, а также ораторские приемы для контакта с аудиторией.

Таблица 7 – Формы и методы самостоятельной работы по дисциплине «Маркетинг персонала»

№ п/п	Наименование тем	Содержание самостоятельной работы	Формы контроля
1	Модуль 1. Сущность маркетинга персонала в управлении персоналом организации	выполнение домашнего задания (ДЗ), подготовка к тестированию (Т)	Опрос, подготовка к тестированию
2	Модуль 2. Определение и организация	выполнение домашнего задания (ДЗ), написание и защита исследования	Опрос, защита исследовательского

	внутрикорпоративного маркетинга в организации	проекта (ИП), рубежный контроль (РК), тестирование (Т)	проекта, тестирование
3	Модуль 3. Оценка внутрикорпоративного маркетинга в организации	выполнение домашнего задания (ДЗ), написание и защита исследовател Опрос, защита исследовател проекта, тестирование проекта (ИП), рубежный контроль (РК), тестирование (Т)	Опрос, защита исследовательского проекта, тестирование
4	Модуль 4. Планирования внутрикорпоративного маркетинга в организации	выполнение домашнего задания (ДЗ), написание и защита исследовател проекта (ИП), рубежный контроль (РК), тестирование (Т)	Опрос, защита исследовательского проекта, тестирование

Методические указания по выполнению научно-исследовательского проекта по дисциплине «Маркетинг персонала».

Формой осуществления и развития науки является научное исследование, т. е. изучение с помощью научных методов явлений и процессов, анализа влияния на них различных факторов, а также, изучение взаимодействия между явлениями, с целью получения убедительно доказанных и полезных для науки и практики решений с максимальным эффектом.

Цель научного исследования – определение конкретного объекта и всестороннее, достоверное изучение его структуры, характеристик, связей на основе разработанных в науке принципов и методов познания, а также получение полезных для деятельности человека результатов, внедрение в производство с дальнейшим эффектом.

Основой разработки каждого научного исследования является методология, т. е. совокупность методов, способов, приемов и их определенная последовательность, принятая при разработке научного исследования. В конечном счете, методология – это схема, план решения поставленной научно-исследовательской задачи.

Процесс научно - исследовательской работы состоит из следующих основных этапов:

1. Выбор темы и обоснование ее актуальности.
2. Составление библиографии, ознакомление с законодательными актами, нормативными документами и другими источниками, относящимися к теме проекта (работы).
3. Разработка алгоритма исследования, формирование требований к исходным данным, выбор методов и инструментальных средств анализа.
4. Сбор фактического материала в статистических органах, на предприятиях различных форм собственности, в рыночных структурах и других организациях.
5. Обработка и анализ полученной информации с применением современных методов финансового и хозяйственного анализа, математико-статистических методов.
6. Формулировка выводов и выработка рекомендаций.
7. Оформление работы (проекта) в соответствии с установленными требованиями.

При выборе темы работы (проекта) полезно также принять во внимание следующие факторы:

- личный научный и практический интерес студента;
- возможность продолжения исследований, проведенных в процессе выполнения научно-исследовательской работы (проекта) по другим дисциплинам и иным научным работам;
- наличие оригинальных творческих идей;

- опыт публичных выступлений, докладов, участия в конференциях, семинарах;
- научную направленность кафедры и т.д.

### **Примерная тематика научно-исследовательских работ (проектов)**

1. Сущность, роль, функции маркетинга персонала в кадровой политике организации
2. Маркетинговые концепции. Понятийный аппарат МП.
3. Система управления МП организации: структура целей МП.
4. Маркетинговые исследования рынка труда
5. Имидж организации как работодателя.
6. Планирование потребностей организации в персонале.
7. Применение стратегического и тактического инструментария МП организации
8. Основные направления реализации функции МП по формированию трудового потенциала организации.
9. Применение коммуникативной функции организации-работодателя на рынке труда.
10. Экономическая эффективность МП: методы, показатели
11. Сущность внутрикорпоративного маркетинга, его основные задачи и требования, предъявляемые к его ведению.
12. Предмет, метод внутрикорпоративного маркетинга.
13. Общие положения по учету труда и заработной платы. Формы, системы и виды оплаты труда.
14. Расчет основной заработной платы.
15. Что представляет собой маркетинговая концепция управления персоналом
16. Какие функции маркетинга персонала выделяют разные авторы
17. Что является предметом анализа при изучении внешнего и внутреннего рынка труда
18. Какие целевые группы выделяются при сегментировании рынка труда
19. Что такое планирование и прогнозирование потребности в персонале Назовите этапы планирования потребности в персонале.
20. Что включает в себя понятие «качественная потребность в персонале»
21. Какие методы расчета количественной потребности в персонале основываются на данных трудоемкости работ?
22. В чем содержание стохастических методов расчета количественной потребности в персонале?
23. Назовите методы прогнозирования потребности в персонале.
24. Каковы сущность и структура показателя «расходы на персонал»
25. Какие изменения вносит рынок труда в нормативную базу для планирования показателей по труду
26. Сущность и значение планирования производительности труда. Основные последствия ускорения (замедления) роста производительности труда.
27. Какие виды норм применяются для расчета численности рабочих
28. Какие виды норм применяются для расчета численности управленческого персонала
29. Маркетинговый подход к развитию кадрового потенциала организации.
30. Организация маркетинга персонала на предприятии.
31. Оценка эффективности деятельности организации – работодателя на рынке труда.
32. Тестирование персонал-маркетинга организации.
33. Изучение требований работников и кандидатов к рабочим местам.
34. Анализ конкурентов на рынке труда.
35. Разработка и внедрение маркетинговых мероприятий для формирования кадровой политики организации.



36. Организационно-экономическое обоснование маркетинговых мероприятий в системе управления персоналом организации.
37. Разработка плана маркетинга персонала.
38. Разработка программы кадрового аудита.
39. Разработка программы кадрового аудита.
40. Разработка HR бизнес-плана
41. Маркетинг персонала как философия развития персонала предприятия
42. Маркетинг персонала как методология исследования рынка
43. Формирование и развитие маркетингового подхода к управлению персоналом.
44. Направления маркетинга персонала.
45. Функции маркетинга персонала.
46. Обеспечение системы маркетинга персонала.
47. Спрос на персонал, его количественная структура.
48. Предложение в области маркетинга персонала
49. Маркетинговая информация в управлении персоналом.
50. Источники кадровой информации.
51. Информационная функция маркетинга персонала.
52. Сущность и направления исследования рынка труда
53. Направления анализа рынка труда.
54. Оценка соответствия работников организации современным требованиям, предъявляемых рынком труда
55. Анализ условий занятости, предлагаемых работодателями на рынке труда.
56. Разработка методических основ проведения маркетинговых исследований рынка труда с учётом влияния маркетинговой среды организации.
57. Конъюнктура рынка труда и тенденции развития.
58. Методические подходы к проведению маркетинговых исследований рынка труда.
59. Определение потребности в персонале
60. Расчет дополнительной потребности в персонале.
61. Сущность кадрового аудита. Цель и задачи кадрового аудита.
62. Показатели оценки в рамках кадрового аудита.
63. Разработка мер для покрытия потребности в персонале
64. Реклама в управлении персоналом
65. Виды рекламы в управлении персоналом.
66. Критерии выбора рекламы в управлении персоналом.
67. Сущность внутреннего маркетинга.
68. Подходы к формированию позитивного персонал-имиджа организации.
69. Маркетинговые стратегии в области управления персоналом: выбор и реализация

## **5. Образовательные технологии**

### **5.1 Интерактивные образовательные технологии, используемые в аудиторных занятиях.**

В процессе освоения дисциплины «Маркетинг персонала» используются следующие образовательные технологии в виде контактной и самостоятельной работы:

1. Стандартные методы обучения:
  - проблемная лекция;
  - информационная лекции;
  - практические занятия, на которых обсуждаются основные проблемы, раскрываемые в лекциях и сформулированные в домашних заданиях;
  - письменные и/или устные домашние задания;
  - расчетно-аналитические, расчетно-графические задания;
  - консультации преподавателей;

– самостоятельная работа студентов, в которую входит освоение теоретического материала, подготовка к практическим занятиям, выполнение указанных выше письменных или устных заданий, работа с литературой и др.

2. Методы обучения с применением интерактивных форм образовательных технологий:

- интерактивные лекции;
- анализ деловых ситуаций на основе кейс-метода;
- обсуждение подготовленных студентами научно-исследовательских работ

(проектов);

обсуждение результатов работы студенческих исследовательских групп

**Образовательные технологии, используемые в аудиторных занятиях:**

В рамках семинарских (практических) занятий с целью формирования и развития требуемых компетенций обучающихся используются следующие образовательные технологии:

- выполнение заданий (индивидуально и в малых группах) с последующей презентацией и обсуждением результатов;
- деловые игры;
- занятия в компьютерном классе (изучение сайтов и порталов с региональной статистикой - Росстат);
- case-studies;
- мастер-классы.

Интерактивные технологии – организация образовательного процесса, которая предполагает активное и нелинейное взаимодействие всех участников, достижение на этой основе лично значимого для них образовательного результата. Наряду со специализированными технологиями такого рода принцип интерактивности прослеживается в большинстве современных образовательных технологий.

– Интерактивность подразумевает субъект-субъектные отношения в ходе образовательного процесса и, как следствие, формирование саморазвивающейся информационно-ресурсной среды.

– Интерактивные образовательные технологии, используемые при проведении аудиторных занятий (контактная работа обучающихся с преподавателем), представлены в таблице 8.

Таблица 8 - Интерактивные образовательные технологии, используемые при проведении аудиторных занятий (контактная работа обучающихся с преподавателем) по дисциплине «Маркетинг персонала»

Семестр ОФО / ЗФО	Вид занятия (Л, ПР, ЛР)	Используемые интерактивные образовательные технологии	Количество часов ОФО/ ЗФО
7/ 10	ПР	Проекты, деловые игры, кейс методы	20/8

Инновационные способы и методы, используемые в образовательном процессе, основаны на использовании современных достижений науки и информационных технологий. Направлены на повышение качества подготовки путем развития у студентов творческих способностей и самостоятельности (методы проблемного обучения, исследовательские методы, тренинговые формы, рейтинговые системы обучения и контроля знаний и др.). Нацелены на активизацию творческого потенциала и самостоятельности студентов и могут реализовываться на базе инновационных структур (научных лабораторий, центров, предприятий и организаций и др.).

## **6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации**

По дисциплине «Маркетинг персонала» предусмотрен текущий контроль в виде тестирования, итоговый контроль в виде экзамена. Порядок проведения текущего контроля и итогового контроля строго соответствует «Положению о проведении контроля успеваемости студентов в НАН ЧОУ ВО Академии ИМСИТ». В перечень включаются вопросы из различных разделов курса, позволяющие проверить и оценить теоретические знания студентов. Текущий контроль засчитывается на основе полноты раскрытия темы и выполнения представленных заданий. Для проведения экзамена в письменной или тестовой форме разрабатывается перечень вопросов, утверждаемых на кафедре. Выставляется дифференцированная оценка.

Контрольно-оценочные средства для проведения промежуточной и итоговой аттестации обучающихся по дисциплине «**Маркетинг персонала**» прилагаются.

### **Примерный перечень вопросов к зачету**

1. Место и роль маркетинга персонала в системе менеджмента предприятия.
2. Сущность, цель, функции, принципы маркетинга персонала.
3. Понятие и классификация персонала организации.
4. Персонал предприятия как объект управления.
5. Понятие «трудовые ресурсы». Совокупность понятий рынка трудовых ресурсов.
6. Рынок труда и его характеристики.
7. Занятость населения. Безработица.
8. Внутренний рынок труда и занятость персонала организации.
9. Современные тенденции на рынке труда РФ.
10. Эволюция подходов в управлении персоналом организации.
11. Закономерности и принципы внутрикорпоративного маркетинга.
12. Методы внутрикорпоративного маркетинга.
13. Стили руководства в внутрикорпоративном маркетинге.
14. Служба управления персоналом в организационной структуре предприятия и ее функции.
15. Система управления персоналом.
16. Служба управления персоналом: внутренняя организационная структура.
17. Должностные обязанности и квалификационные требования сотрудников службы управления персоналом.
18. Документационное обеспечение системы управления персоналом. Организационно-кадровая документация.
19. Информационное обеспечение системы управления персоналом.
20. Техническое обеспечение системы управления персоналом.
21. Правовое обеспечение системы управления персоналом.
22. Кадровая политика организации.
23. Стратегия управления персоналом.
24. Реализация стратегии управления персоналом.
25. Понятие кадрового планирования. Методы расчета потребности в персонале.
26. Набор персонала организации: источники и методы привлечения персонала.
27. Отбор кадров: понятие и принципы. Требования к кандидатам на замещение вакантной должности.
28. Организация процесса отбора кадров.
29. Основные методы отбора кадров.
30. Собеседование (интервью) как метод отбора кадров.
31. Организация найма персонала.

32. Подбор и расстановка кадров.
33. Подготовка и заключение трудового договора.
34. Правила оформления и ведения трудовой книжки.
35. Личное дело работника.
36. Первичная учетная документация по персоналу.
37. Социализация персонала. Ролевая и социальная структура коллектива.
38. Понятие и виды адаптации. Управление адаптацией персонала.
39. Научная организация труда.
40. Деловая оценка персонала.
41. Высвобождение персонала.
42. Управление социальным развитием персонала организации.
43. Организация обучения персонала.
44. Деловая карьера. Управление служебно-профессиональным продвижением персонала.
45. Мотивация и стимулирование трудовой деятельности персонала.
46. Организационная культура.
47. Оценка результатов труда персонала организации.
48. Оценка затрат на персонал организации.
49. Аудит персонала.
50. Маркетинговые исследования персонала
51. Маркетинговые коммуникации в корпоративном маркетинге
52. Имидж персонала организации

## **7. Учебно-методическое обеспечение дисциплины (модуля)**

### **7.1 Основная литература**

1. Кибанов А.Я. Основы управления персоналом: Учебник / А.Я. Кибанов. - 3-е изд., перераб. и доп. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 440 с.: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=447389>
2. Кибанов А.Я. Основы управленческого консультирования: Учебник / Кибанов А.Я., Баткаева И.А., Ивановская Л.В.; Под ред. Кибанов А.Я., - 4-е изд., доп. и перераб. - М.:НИЦ ИНФРА-М, 2017. - 695 с.: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=739576>
3. Чуланова О.Л. Компетентностный подход в управлении персоналом: схемы, таблицы, практика применения: Учебное пособие / Чуланова О.Л. - М.:НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 73 с. <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=501355>

### **7.2 Дополнительная литература**

1. Суслов Г.В. Основы управленческого консультирования: Учебное пособие / Суслов Г.В. - М.:ИЦ РИОР, НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 154 с. <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=549696>
2. Минева О.К. Основы управленческого консультирования: технологии управления развитием персонала: учебник - М.:НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 160 с <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=542393>
3. Егоршин А.П. Основы управления персоналом: Учебное пособие / А.П. Егоршин. - 4-е изд., перераб. и доп. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 352 с. <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=445836>

4. Экономика и управление персоналом: энциклопедический словарь / под науч. ред. С.И. Сотниковой. - 2-е изд. - М.:ИЦ РИОР, НИЦ ИНФРА-М,2016. - 373 с. <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=553303>

### 7.3 Периодические издания

1. Справочник кадровика
2. Кадровое дело
3. Управление персоналом
4. Директор по персоналу
5. Кадровые решения
6. Кадровая служба и управление персоналом

### 7.4 Интернет-ресурсы

1. <http://www.kadrovik.ru> - электронная версия журнала "Кадровик".
2. <http://www.elibrary.ru> – Научная электронная библиотека;
3. <http://www.garant.ru> – Справочно-информационная система «Гарант»;
4. <http://www.dis.ru> «Кадры предприятия»

### 7.5 Методические указания и материалы по видам занятий

Организация деятельности обучающихся по видам учебных занятий по дисциплине «Маркетинг персонала» представлена в таблице 9.

Таблица 9 - Организация деятельности обучающихся по видам учебных занятий по дисциплине «Маркетинг персонала»

Вид учебных занятий, работ	Организация деятельности обучающегося
Лекция	Написание конспекта лекций: кратко, схематично, последовательно фиксировать основные положения, выводы, формулировки, обобщения, отмечать важные мысли, выделять ключевые слова, термины. Проверка терминов, понятий с помощью энциклопедий, словарей, справочников с выписыванием толкований в тетрадь. Обозначить вопросы, термины, материал, который вызывает трудности, попытаться найти ответ в рекомендуемой литературе, если самостоятельно не удастся разобраться в материале, необходимо сформулировать вопрос и задать преподавателю на консультации, на практическом занятии.
Практические занятия	Конспектирование источников. Работа с конспектом лекций, подготовка ответов к контрольным вопросам, просмотр рекомендуемой литературы, работа с текстом. Решение расчетно-графических заданий, решение задач по алгоритму и др.
Домашние задания	Знакомство с основной и дополнительной литературой, включая справочные издания, зарубежные источники, конспект основных положений, терминов, сведений, требующихся для запоминания и являющихся основополагающими в этой теме. Составление аннотаций к прочитанным литературным

	источникам и др.
Научно-исследовательская работа (проект)	Изучение научной, учебной, нормативной и другой литературы. Отбор необходимого материала. Формирование выводов и разработка конкретных рекомендаций по решению поставленной цели и задачи. Проведение практических исследований по данной теме.

## 8. Условия реализации программы для обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

Специфика получаемой направленности (профиля) образовательной программы предполагает возможность обучения следующих категорий инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья:

1. с ограничением двигательных функций;
2. с нарушениями слуха.
3. с нарушениями зрения

Организация образовательного процесса обеспечивает возможность беспрепятственного доступа обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и (или) инвалидов в учебные аудитории и другие помещения, для этого имеются пандусы, поручни, лифты и расширенные дверные проемы.

В учебных аудиториях и лабораториях имеется возможность оборудовать места для студентов-инвалидов с различными видами нарушения здоровья, в том числе опорно-двигательного аппарата и слуха. Освещенность учебных мест устанавливается в соответствии с положениями СНиП 23-05-95 «Естественное и искусственное освещения». Все предметы, необходимые для учебного процесса, располагаются в зоне максимальной досягаемости вытянутых рук.

Помещения предусматривают учебные места для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов, имеющих сердечно-сосудистые заболевания, они оборудованы солнцезащитными устройствами (жалюзи), в них имеется система климат-контроля.

По необходимости для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья разрабатываются индивидуальные учебные планы и индивидуальные графики, обучающиеся обеспечиваются печатными и электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

## 9. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Освоение дисциплины предполагает использование академической аудитории для проведения лекционных и семинарских занятий с необходимыми техническими средствами (компьютер или ноутбук, оборудование мульти-медиа (проектор), доска). Мультимедиа-проектор необходим для демонстрации электронных презентаций по разделам дисциплины.

Перечень электронных ресурсов необходимых для изучения дисциплины представлен в таблице 11.

Таблица 11 - Перечень электронно-библиотечных систем

№	Наименование ресурса	Наименование документа с указанием реквизитов	Срок действия документа
1	ЭБС Znanium	ООО «ЗНАНИУМ». Договор № 2500 эбс от 25.09.2017 г.	с 25.09.2017 г. по 24.09.2018 г.
2	Научная электронная библиотека eLibrary	ООО «Научная электронная библиотека» (г. Москва).	бессрочно

	(ринц)	Лицензионное соглашение № 7241 от 24.02.12 г.	
3	ЭБС IBooks	ООО «Айбукс». Договор № 19-01/18-К от 25.01.2018 г.	с 25.01.2018 по 25.01.2019 г.
4	ЭБС Book.ru	ООО «КноРус медиа». Договор №18491866 от 26 апреля 2018 г.	Срок действия до 26 апреля 2019 г.

Перечень программных средств информационно-коммуникационных технологий, задействованных в образовательном процессе по дисциплине представлен в таблице 12.

Таблица 12 – Перечень программных средств информационно-коммуникационных технологий, задействованных в образовательном процессе по дисциплине

Перечень лицензионного программного обеспечения, реквизиты подтверждающего документа	
1.	ОС – Windows 10 Pro RUS. Подписка Microsoft Imagine Premium Акт передачи прав № Tr046356 от 04 августа 2017, Счет № Tr000168154 от 28 июня 2017 (Прима АйТи). Срок действия – 1 год.
2.	Kaspersky Endpoint Security для бизнеса – Стандартный (320шт). Договор № ПР-00018475 от 16.11.2017 (ООО Прима АйТи) сроком на 1 год.
3.	Программное обеспечение по лицензии GNU GPL: 7-Zip, Google Chrome, LibreOffice, Mozilla Firefox

Перечень средств материально-технического обеспечения для обучения по дисциплине представлен в таблице 13.

Таблица 13 - Перечень средств материально-техническое обеспечение для обучения по дисциплине

Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа
Специальные помещения		
Аудитории для проведения занятий лекционного типа: ауд. 404, 301-303, 202, 206, 212, 210, 225, 227, 230, 232, 236, 237, 238, 113-115, 119-123.	мультимедийный проектор (переносной или стационарный), ноутбук (переносной) доска парты, или столы со стульями	Программное обеспечение (ноутбук) по лицензии GNU GPL: 7-Zip, Google Chrome, LibreOffice.
Аудитории для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля	мультимедийный проектор (переносной или стационарный), ноутбук (переносной) доска парты, или столы со стульями	Программное обеспечение (ноутбук) по лицензии GNU GPL: 7-Zip, Google Chrome, LibreOffice.

<p>и промежуточной аттестации: 301-303, 202, 206, 212, 210, 225, 227, 230, 232, 236, 237, 238, 401,402, 403, 410,412</p>		
<p>Помещения для самостоятельной работы</p>		
<p>Компьютерный класс ауд. 114</p>	<p>20 посадочных мест, рабочее место преподавателя, 20 компьютеров с выходом в интернет</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ОС – Windows 10 Pro RUS. Подписка Microsoft Imagine Premium Акт передачи прав № Tr046356 от 04 августа 2017, Счет № Tr000168154 от 28 июня 2017 (Прима АйТи). Срок действия – 1 год.</li> <li>2. 1С:Предприятие 8. Комплект для обучения в высших и средних учебных заведениях. Сублицензионный договор № 32/180913/005 от 18.09.2013. (Первый БИТ)</li> <li>3. Kaspersky Endpoint Security для бизнеса – Стандартный (320шт). Договор № ПР-00018475 от 16.11.2017 (ООО Прима АйТи) сроком на 1 год.</li> <li>4. Microsoft Access 2016. Подписка Microsoft Imagine Premium Акт передачи прав № Tr046356 от 04 августа 2017, Счет № Tr000168154 от 28 июня 2017 (Прима АйТи). Срок действия – 1 год.</li> <li>5. Microsoft Project профессиональный 2016. Подписка Microsoft Imagine Premium Акт передачи прав № Tr046356 от 04 августа 2017, Счет № Tr000168154 от 28 июня 2017 (Прима АйТи). Срок действия – 1 год.</li> <li>6. Microsoft SQL Server 2016. Подписка Microsoft Imagine Premium Акт передачи прав № Tr046356 от 04 августа 2017, Счет № Tr000168154 от 28 июня 2017 (Прима АйТи). Срок действия – 1 год.</li> <li>7. Microsoft SQL Server Management Studio 2017. Подписка Microsoft Imagine Premium Акт передачи прав № Tr046356 от 04 августа 2017, Счет № Tr000168154 от 28 июня 2017 (Прима АйТи). Срок действия – 1 год.</li> <li>8. Microsoft Visio профессиональный 2016. Подписка Microsoft Imagine Premium Акт передачи прав № Tr046356 от 04 августа 2017, Счет № Tr000168154 от 28 июня 2017 (Прима</li> </ol>



		<p>АйТи). Срок действия – 1 год.</p> <p>9. Microsoft Visual Studio Enterprise 2015. Подписка Microsoft Imagine Premium Акт передачи прав № Tr046356 от 04 августа 2017, Счет № Tr000168154 от 28 июня 2017 (Прима АйТи). Срок действия – 1 год.</p> <p>10. CorelDRAW Graphics Suite X5 (15+1шт) Corel License Sertificate № 4090614 от 15.03.2012.</p> <p>11. Microsoft Office стандартный 2010 (20шт). Microsoft Open License №48587685 от 27.05.2011.</p> <p>12. Программное обеспечение по лицензии GNU GPL: 7-Zip, Blender, GIMP, Google Chrome, Inkscape, LibreCAD, LibreOffice, Maxima, Mozilla Firefox, Notepad++, Oracle VM VirtualBox, StarUML V1, Arduino Software (IDE) , Oracle Database 11g Express Edition.</p> <p>13. Autodesk 3ds Max 2016. Письмо от 19.08.2016 подтверждающее право использования по программе Autodesk Education Community (Autodesk Education Team).</p> <p>14. Autodesk AutoCAD 2016 — Русский (Russian). Письмо от 19.06.2016 подтверждающее право использования по программе Autodesk Education Community (Autodesk Education Team).</p> <p>15. Embarcadero RAD Studio XE8 (10шт.). Сублицензионный договор №Tr000019973 от 23.04.2015 (ЗАО СофтЛайн Трейд).</p> <p>16. Adobe Reader DC. Adobe Acrobat Reader DC and Runtime Software distribution license agreement for use on personal computers от 31.01.2017</p> <p>17. Adobe Flash Player. Adobe Acrobat Reader DC and Runtime Software distribution license agreement for use on personal computers от 31.01.2017</p>
<p>Компьютерный класс ауд. 114а</p>	<p>16 посадочных мест, рабочее место преподавателя, 16 компьютеров с выходом в интернет, проектор, проекционный экран, сетевая академия CISCO.</p>	<p>1. ОС – Windows 10 Pro RUS. Подписка Microsoft Imagine Premium Акт передачи прав № Tr046356 от 04 августа 2017, Счет № Tr000168154 от 28 июня 2017 (Прима АйТи). Срок действия – 1 год.</p> <p>2. 1С:Предприятие 8. Комплект для обучения в высших и средних учебных заведениях. Сублицензионный договор</p>

		<p>№ 32/180913/005 от 18.09.2013. (Первый БИТ)</p> <p>3. Kaspersky Endpoint Security для бизнеса – Стандартный (320шт). Договор № ПР-00018475 от 16.11.2017 (ООО Прима АйТи) сроком на 1 год.</p> <p>4. Microsoft Access 2016. Подписка Microsoft Imagine Premium Акт передачи прав № Tr046356 от 04 августа 2017, Счет № Tr000168154 от 28 июня 2017 (Прима АйТи). Срок действия – 1 год.</p> <p>5. Microsoft Project профессиональный 2016. Подписка Microsoft Imagine Premium Акт передачи прав № Tr046356 от 04 августа 2017, Счет № Tr000168154 от 28 июня 2017 (Прима АйТи). Срок действия – 1 год.</p> <p>6. Microsoft Visio профессиональный 2016. Подписка Microsoft Imagine Premium Акт передачи прав № Tr046356 от 04 августа 2017, Счет № Tr000168154 от 28 июня 2017 (Прима АйТи). Срок действия – 1 год.</p> <p>7. Microsoft Visual Studio Enterprise 2015. Подписка Microsoft Imagine Premium Акт передачи прав № Tr046356 от 04 августа 2017, Счет № Tr000168154 от 28 июня 2017 (Прима АйТи). Срок действия – 1 год.</p> <p>8. Программное обеспечение по лицензии GNU GPL: 7-Zip, Blender, GIMP, Google Chrome, Inkscape, LibreCAD, LibreOffice, Maxima, Mozilla Firefox, Notepad++, Oracle VM VirtualBox, StarUML V1, Arduino Software (IDE) , Oracle Database 11g Express Edition.</p> <p>9. Embarcadero RAD Studio XE8 (10шт.). Сублицензионный договор №Tr000019973 от 23.04.2015 (ЗАО СофтЛайн Трейд).</p> <p>10. Adobe Reader DC. Adobe Acrobat Reader DC and Runtime Software distribution license agreement for use on personal computers от 31.01.2017</p> <p>11. Adobe Flash Player. Adobe Acrobat Reader DC and Runtime Software distribution license agreement for use on personal computers от 31.01.2017</p>
Читальный зал	16 посадочных мест, рабочее место преподавателя, 17	1. ОС – Windows XP Professional RUS. (Коробочная версия Vista Business Starter (17шт.) и Vista Business Russian

	<p>компьютеров с выходом в интернет</p>	<p>Upgrade Academic Open (17шт) - Лицензионный сертификат № 42762122 от 21.09.2007.</p> <p>2. 1С:Предприятие 8. Комплект для обучения в высших и средних учебных заведениях. Сублицензионный договор № 32/180913/005 от 18.09.2013. (Первый БИТ)</p> <p>3. Kaspersky Endpoint Security для бизнеса – Стандартный (320шт). Договор № ПР-00018475 от 16.11.2017 (ООО Прима АйТи) сроком на 1 год.</p> <p>4. Microsoft Access 2010. Подписка Microsoft Imagine Premium Акт передачи прав № Tr046356 от 04 августа 2017, Счет № Tr000168154 от 28 июня 2017 (Прима АйТи). Срок действия – 1 год.</p> <p>5. Microsoft Office 2007 Russian. Лицензионный сертификат № 42373687 от 27.06.2007</p> <p>6. Microsoft Project профессиональный 2010. Подписка Microsoft Imagine Premium Акт передачи прав № Tr046356 от 04 августа 2017, Счет № Tr000168154 от 28 июня 2017 (Прима АйТи). Срок действия – 1 год.</p> <p>7. Microsoft Visio профессиональный 2010. Подписка Microsoft Imagine Premium Акт передачи прав № Tr046356 от 04 августа 2017, Счет № Tr000168154 от 28 июня 2017 (Прима АйТи). Срок действия – 1 год.</p> <p>8. Microsoft Visual Studio 2010. Подписка Microsoft Imagine Premium Акт передачи прав № Tr046356 от 04 августа 2017, Счет № Tr000168154 от 28 июня 2017 (Прима АйТи). Срок действия – 1 год.</p> <p>9. Программное обеспечение по лицензии GNU GPL: 7-Zip, Blender, GIMP, Google Chrome, Inkscape, LibreCAD, LibreOffice, Maxima, Mozilla Firefox, Notepad++, StarUML V1.</p>
--	---	---