

**Оценочный материал для промежуточной аттестации по дисциплине  
«Маркетинг персонала», 5 семестр**

Квалификация выпускника	<b>бакалавр</b>
Направление подготовки	<b>38.03.03</b> <b>Управление персоналом</b>
Направленность (профиль)	<b>Кадровая политика и управление трудовой деятельностью в организации</b> <i>наименование</i>
Форма обучения	<b>очно-заочная</b>
Кафедра разработчик	<b>Государственного и муниципального управления и управления персоналом</b> <i>наименование</i>
Выпускающая кафедра	<b>Государственного и муниципального управления и управления персоналом</b> <i>наименование</i>

## **Типовые задания для контрольной работы**

1. Понятие, значение и задачи маркетинга персонала.
2. Система и принципы маркетинга персонала.
3. Субъекты маркетинга персонала.
4. Функции маркетинга персонала.
5. Внешние факторы формирования технологий маркетинга персонала
6. Внутренние факторы формирования технологий маркетинга персонала
7. Уровни и виды маркетинга персонала. 8. Понятие и модель маркетинга персонала-микс.
8. Виды маркетинга персонала: массовая и целевая стратегия маркетинга.
9. Формирование имиджа работодателя.
10. Подходы к реализации маркетинга персонала в организации.
11. Процедура реализации маркетинга персонала.
12. Разработка плана маркетинга персонала.
13. Контроль реализации маркетинга персонала.
14. Процедура обеспечения организации персоналом.
15. Сущность и технологии хэдхантинга.
16. Основные направления перестройки деятельности кадровых служб.
17. Формирование службы управления персоналом, как направление стратегического развития организации.
18. Статус службы управления персоналом.
19. Организационная структура службы управления персоналом.
20. Функциональная структура службы управления персоналом.
21. Матричная структура службы управления персоналом.
22. Бюджет службы управления персоналом.
23. Эффективность работы менеджера по персоналу и ее оценка.
24. Сравнительный анализ методов отбора претендентов.
25. Интернет-заявления кандидатов.

## **Типовые вопросы к экзамену:**

1. Маркетинга персонала: понятие и роль в управлении персоналом.
2. Стратегия привлечения персонала в организацию.
3. Разработка стратегии привлечения персонала в организацию.
4. Реализация стратегии привлечения персонала в организацию
5. Описание должности
6. Критерии подбора персонала в организацию
7. Критерии расстановки персонала в организации.
8. Анализ конкурентоспособности стратегии организации в области подбора и привлечения персонала.
9. Описание функционала сотрудников и подразделений разного уровня (карты компетенций, должностные инструкции и т.д.).
10. Влияние маркетинга персонала на принципы кадровой политики организации.
11. Решение различных задач управления персоналом на основе маркетинговых технологий.
12. Постановка и структуризация целей маркетинга персонала.
13. Сущность, формирование и классификация функций маркетинга персонала.
14. Этапы формирования требований к персоналу со стороны организации.
15. Основные методы определения количественной потребности в персонале.

16. Имидж организации как работодателя: формирование, оценка, использование.
17. Маркетинговые исследования и маркетинговая информация в области персонала.
18. Определение затрат и формирование цены на приобретение и использование персонала.
19. Построение организационной структуры управления персоналом с учетом возможных включений в нее маркетинга персонала.
20. Различные подходы к организации процессов маркетинга персонала.
21. Этапы процесса реализации маркетинга персонала.
22. Виды, элементы и формы контроля маркетинга персонала