Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Гриб Владислав Валерьевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 23.11.2026 19:00:47
Уникальный программный ключ:
637517d24e103c3db032acf37e839d98ec1c5bb2f5eb89c29abfcd7f43985447

Образовательное частное учреждение высшего образования
«МОСКОВСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ А.С. ГРИБОЕДОВА»
(ИМПЭ им. А.С. Грибоедова)

МЕЖДУНАРОДНЫЙ ИНСТИТУТ ИННОВАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКИ, ЛИДЕРСТВА И МЕНЕДЖМЕНТА

УТВЕРЖДАЮ
Директор Международного института инновационной экономики, лидерства и менеджмента
_____ А. А. Панарин
«12» октября. 2026 г.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

по учебной дисциплине:

МАРКЕТИНГ ПЕРСОНАЛА

Направление подготовки
38.03.03 Управление персоналом
(уровень бакалавриата)

Направленность/профиль:
Организация труда и управление персоналом

Формы обучения: очная

Москва

Фонд оценочных средств для дисциплины «Рынок труда». Направление подготовки 38.03.03 Управление персоналом, направленность (профиль): «Организация труда и управление персоналом»/ Т.Л. Мищенко– М.: ИМПЭ им. А.С. Грибоедова

Фонд оценочных средств является неотъемлемой частью рабочей программы дисциплины.

Разработчик: Гончарова Л.И.

Заведующий кафедрой _____/Л.И. Гончарова

1. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Настоящий Фонд оценочных средств (ФОС) по дисциплине является неотъемлемым приложением к рабочей программе дисциплины (РПД) «Маркетинг персонала». На данный ФОС распространяются все реквизиты утверждения, представленные в РПД по данной дисциплине.

2. ПЕРЕЧЕНЬ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Для определения качества освоения обучающимися учебного материала по дисциплине используются следующие оценочные средства:

№ п/п	Оценочное средство	Краткая характеристика оценочного средства	Представление оценочного средства в ФОС
1	Тестирование	Вид контроля, позволяющий оценить изученный теоретический материал.	Вопросы для проведения тестирования
2	Практические задания	Вид контроля, позволяющий оценить умение обучающегося применять осваиваемую компетенцию в практических ситуациях и при решении производственных задач	Задания к практическому занятию
3	Контрольная работа	Вид контроля, позволяющий определить результат освоения компетенций по дисциплине в рамках рассматриваемой темы, оцениваемый с помощью соответствующих индикаторов достижения компетенций	Задания контрольной работы
4	Самостоятельная работа	Вид контроля, позволяющий оценить проработку теоретического материала, изучение рекомендуемой литературы, выполнение практико-ориентированных заданий (заполнение таблиц, проведение сравнительного анализа, составление схем и др.), решение практических задач, создание презентаций, написание рефератов, подборку нормативного и иного материала и выполнение других заданий	Задания самостоятельной работы
5	Курсовая работа	Вид контроля, позволяющий выявить степень владения базовыми знаниями, умениями и навыками, необходимыми для обучения, и определить уровень владения новым материалом	Индивидуальные задания (темы) для курсовой работы

6	Зачет/Зачет с оценкой/Экзамен	Вид контроля, позволяющий выявить степень овладения знаниями, умениями и навыками, необходимыми для дальнейшего освоения образовательной программы подготовки	Вопросы для подготовки к зачету/зачету с оценкой/экзамену

3. ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Сопроводительная информация.

Разработчик	Т.Л. Мищенко
Кафедра	Инновационного менеджмента и предпринимательства
Наименование дисциплины	Маркетинг персонала
Факультет / институт	Международный институт инновационной экономики, лидерства и менеджмента
Направление подготовки / специальность	38.03.03 Управление персоналом
Количество вопросов в оценочных заданиях (диапазон)	
Общее время тестирования (мин)	
Общее количество вопросов/заданий в ФОС	
Размещенность на веб-сайте Университета примерного перечня вопросов, заданий ФОС – для подготовки обучающихся к прохождению оценки (да / нет)	*да*

3.2. Характеристика оцениваемых компетенций.

Код компетенции	Формулировка компетенции	Индикаторы достижения компетенции
ПК-2.	Способен осуществлять подбор и отбор персонала	ИПК-2.1. Знать методы и технологии подбора и отбора персонала. ИПК-2.2. Уметь осуществлять подбор и отбор персонала. ИПК-2.3. Владеть навыками подбора и отбора персонала

4. СОДЕРЖАНИЕ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ

4.1. ТИПОВЫЕ ТЕСТОВЫЕ ЗАДАНИЯ.

Тесты содержат набор вопросов, в полном объеме охватывающие изученный теоретический материал по указанной теме (индикаторы ЗНАТЬ). Выполнение тестов позволяет определить результат освоения компетенций по дисциплине в рамках рассматриваемой темы, оцениваемый с помощью соответствующих индикаторов достижения компетенций. Индивидуальный тестовый сеанс для каждого обучающегося формируется по специальному алгоритму, обеспечивающему заданную тематическую структуру и пропорциональное наличие вопросов разного типа и сложности.

При формировании тестов необходимо использовать задания следующих типов:

Тип задания 1. Задания закрытого типа на установление соответствия.

Тип задания 2. Задания закрытого типа на установление последовательности.

Тип задания 3. Задания комбинированного типа, предполагающие выбор одного правильного ответа из предложенных с последующим объяснением своего выбора.

Тип задания 4. Задания комбинированного типа, предполагающие выбор нескольких ответов из предложенных с последующим объяснением своего выбора.

Тип задания 5. Задания открытого типа с развернутым ответом.

Тема	Код и формулировка компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Тест по теме
Тема 1. Потенциал маркетинговых технологий в управлении человеческими ресурсами	ПК-2 Способен осуществлять подбор и отбор персонала	ИПК-2.1. Знать методы и технологии подбора и отбора персонала.	1. В чем заключается основное отличие кадрового маркетинга от традиционного кадрового делопроизводства? А) В ориентации на долгосрочное планирование потребностей в персонале и создание имиджа работодателя. Б) В строгом соблюдении трудового законодательства. В) В ведении табелей учета рабочего времени. 2. Что является «продуктом» маркетинга персонала? А) Денежное вознаграждение. Б) Рабочее место и условия труда, карьерные возможности, имидж организации. В) Трудовая дисциплина. 3. Установите соответствие между элементом маркетинга персонала и его содержанием: 1. Внутренний маркетинг А) Привлечение кандидатов извне 2. Внешний маркетинг Б) Работа с действующими сотрудниками
Тема 2. Оценка потребностей в персонале	ПК-2 Способен осуществлять подбор и отбор персонала	ИПК-2.1. Знать методы и технологии подбора и отбора персонала.	1. Что является первым этапом процесса подбора персонала? А) Интервью с кандидатами. Б) Оценка потребностей в персонале. В) Размещение объявления о вакансии. 2. Какой метод оценки потребностей в персонале основан на прогнозировании объема производства и норм выработки? А) Экспертный метод. Б) Метод нормирования. В) Метод выборочных исследований. 3. Что включает в себя анализ предложения и спроса на рынке труда? А) Определение количества необходимых сотрудников и их квалификации. Б) Анализ зарплат конкурентов. В) Изучение демографической ситуации.
Тема 3. Применение технологий внутреннего	ПК-2 Способен осуществлять подбор и отбор персонала	ИПК-2.1. Знать методы и технологии подбора и	1. Кто является основным потребителем «услуг» внутреннего маркетинга? А) Внешние клиенты компании. Б) Действующие сотрудники организации.

маркетинга в процессах управления персоналом		отбора персонала.	В) Партнеры по бизнесу. 2. Какая цель является главной для внутреннего маркетинга? А) Увеличение доли рынка. Б) Повышение лояльности и удовлетворенности сотрудников. В) Снижение себестоимости продукции. 3. Выберите верное утверждение: А) Внутренний маркетинг применяется только при найме топ-менеджеров. Б) Внутренний маркетинг направлен на формирование корпоративной культуры и мотивации. В) Внутренний маркетинг не влияет на текучесть кадров.
Тема 4. Маркетинговые исследования рынка труда	ПК-2 Способен осуществлять подбор и отбор персонала	ИПК-2.1. Знать методы и технологии подбора и отбора персонала.	1. Что такое «рынок труда» в маркетинговом понимании? А) Место, где продаются товары. Б) Система отношений между спросом и предложением рабочей силы. В) Государственный орган по занятости. 2. Какой инструмент используется для сбора информации о конкурентах при найме? А) SWOT-анализ. Б) Бенчмаркинг зарплат и условий труда. В) Бухгалтерский учет. 3. Что является результатом маркетингового исследования рынка труда? А) Бухгалтерский баланс. Б) Отчет о сегментации рынка труда и рекомендациях по каналам поиска. В) План производства.
Тема 5. Экономическая эффективность маркетинга персонала	ПК-2 Способен осуществлять подбор и отбор персонала	ИПК-2.1. Знать методы и технологии подбора и отбора персонала.	1. Какой показатель рассчитывается как отношение прироста прибыли к затратам на маркетинг персонала? А) ROI (Return on Investment). Б) NPV (Net Present Value). В) COGS (Cost of Goods Sold). 2. Что входит в понятие «стоимость найма» (Cost Per Hire)? А) Зарплата найденного сотрудника за первый месяц. Б) Затраты на рекламу вакансии, работу рекрутеров, проведение собеседований. В) Стоимость обучения сотрудника. 3. Снижение текучести кадров приводит к: А) Росту затрат на подбор и обучение. Б) Снижению затрат на подбор и повышению производительности. В) Увеличению числа вакансий.

Тема 6. Применение стратегического и тактического инструментария МП организации	ПК-2 Способен осуществлять подбор и отбор персонала	ИПК-2.1. Знать методы и технологии подбора и отбора персонала.	1. Что такое «Бренд работодателя» (Employer Brand)? А) Логотип компании на форме сотрудников. Б) Репутация компании как работодателя, привлекающая таланты. В) Название компании на рынке ценных бумаг. 2. Какой канал найма считается наиболее эффективным для поиска узкопрофильных специалистов? А) Размещение объявлений в газетах. Б) Использование профессиональных сетей и хедхантинг. В) Объявления на столбах. 3. Стратегия маркетинга персонала включает: А) Только разовые акции по найму. Б) Системную работу по формированию имиджа, каналам коммуникации и удержанию кадров. В) Игнорирование потребностей сотрудников.

Критерии оценивания тестового задания:

Оценка	Критерии оценивания
отлично	от 90 до 100 % правильно выполненных заданий
хорошо	от 70 до 89 % правильно выполненных заданий
удовлетворительно	от 50 до 69 % правильно выполненных заданий
неудовлетворительно	менее 50 % правильно выполненных заданий

4.2 ТИПОВЫЕ ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАДАНИЯ

Практические задания должны отражать умение обучающегося применять осваиваемую компетенцию в практических ситуациях и при решении производственных задач (индикаторы УМЕТЬ, ВЛАДЕТЬ).

Тема	Код и формулировка компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Задания к практическому занятию
Тема 1. Потенциал маркетинговых технологий в управлении человеческими ресурсами	ПК-2 Способен осуществлять подбор и отбор персонала	ИПК-2.1, ИПК-2.2, ИПК-2.3	1. Составьте матрицу «SWOT-анализ» маркетинговых технологий для вашей будущей организации. 2. Опишите «портрет» идеального кандидата на вакансию менеджера по продажам. 3. Сравните подходы к управлению персоналом в традиционной и маркетинговой парадигмах.
Тема 2. Оценка потребностей в персонале	ПК-2 Способен осуществлять подбор и отбор персонала	ИПК-2.1, ИПК-2.2, ИПК-2.3	1. Рассчитайте потребность в персонале для отдела продаж при планируемом росте выручки на 20%. 2. Составьте должностную инструкцию с использованием маркетингового подхода (акцент на достижениях). 3. Проведите анализ причин увольнения сотрудников в выбранной организации.

Тема	Код и формулировка компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Задания к практическому занятию
Тема 3. Применение технологий внутреннего маркетинга в процессах управления персоналом	ПК-2 Способен осуществлять подбор и отбор персонала	ИПК-2.1, ИПК-2.2, ИПК-2.3	1. Разработайте план мероприятий по адаптации нового сотрудника (Onboarding). 2. Составьте список нематериальных методов мотивации для IT-специалистов. 3. Подготовьте проект внутреннего информационного бюллетеня.
Тема 4. Маркетинговые исследования рынка труда	ПК-2 Способен осуществлять подбор и отбор персонала	ИПК-2.1, ИПК-2.2, ИПК-2.3	1. Проведите исследование зарплатных ожиданий кандидатов на вакансию «Маркетолог» в вашем регионе. 2. Составьте карту конкурентов по найму в выбранной отрасли. 3. Определите сегменты рынка труда для поиска специалиста по закупкам.
Тема 5. Экономическая эффективность маркетинга персонала	ПК-2 Способен осуществлять подбор и отбор персонала	ИПК-2.1, ИПК-2.2, ИПК-2.3	1. Рассчитайте Cost Per Hire (CPH) для вакансии «Бухгалтер» при следующих затратах: реклама - 10 тыс., работа агентства - 30 тыс., время рекрутера - 5 тыс. 2. Оцените экономический эффект от снижения текучести кадров на 10%. 3. Сравните эффективность двух каналов привлечения персонала (Job-site vs Headhunting).
Тема 6. Применение стратегического и тактического инструментария МП организации	ПК-2 Способен осуществлять подбор и отбор персонала	ИПК-2.1, ИПК-2.2, ИПК-2.3	1. Разработайте стратегию Employer Branding для стартапа. 2. Составьте текст вакансии, использующий маркетинговые приемы (AIDA). 3. Выберите и обоснуйте каналы коммуникации для привлечения персонала поколения Z.

Критерии оценивания практических занятий:

Оценка	Критерии оценивания
отлично	Выставляется, если обучающийся умеет увязывать теорию с практикой (решает задачи, формулирует выводы, умеет пояснить полученные результаты), владеет понятийным аппаратом, полно и глубоко овладел материалом по заданной теме, обосновывает свои суждения и даёт правильные ответы на вопросы преподавателя
хорошо	Выставляется, если обучающийся умеет увязывать теорию с практикой (решает задачи и формулирует выводы, умеет пояснить полученные результаты), владеет понятийным аппаратом, полно и глубоко овладел материалом по заданной теме, но содержание ответов имеют некоторые неточности и требуют уточнения и комментария со стороны преподавателя
удовлетворительно	Выставляется, если обучающийся знает и понимает материал по заданной теме, но изложение неполное, непоследовательное, допускаются неточности в определении понятий, студент не

	может обосновать свои ответы на уточняющие вопросы преподавателя
неудовлетворительно	Выставляется, если обучающийся допускает ошибки в определении понятий, искажающие их смысл, беспорядочно и неуверенно излагает материал. Делает ошибки в ответах на уточняющие вопросы преподавателя

4.3. ТИПОВЫЕ ЗАДАНИЯ ДЛЯ КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ

Контрольные работы содержат несколько практических заданий по индивидуальным вариантам, в полном объеме охватывающих изученный материал по указанной теме (индикаторы УМЕТЬ, ВЛАДЕТЬ). Выполнение контрольных работ позволяет определить результат освоения компетенций по дисциплине в рамках рассматриваемой темы, оцениваемый с помощью соответствующих индикаторов достижения компетенций.

Тема	**Код и формулировка компетенции**	**Индикаторы достижения компетенции**	**Типовой вариант контрольной работы**
Тема 1. Потенциал маркетинговых технологий в управлении человеческими ресурсами	ПК-2 Способен осуществлять подбор и отбор персонала	ИПК-2.1, ИПК-2.2, ИПК-2.3	Задача: Обоснуйте необходимость внедрения элементов маркетинга персонала в организации производственного профиля. Приведите примеры.
Тема 2. Оценка потребностей в персонале	ПК-2 Способен осуществлять подбор и отбор персонала	ИПК-2.1, ИПК-2.2, ИПК-2.3	Задача: Разработайте план подбора 5 менеджеров для нового филиала банка. Опишите этапы оценки потребностей.
Тема 3. Применение технологий внутреннего маркетинга в процессах управления персоналом	ПК-2 Способен осуществлять подбор и отбор персонала	ИПК-2.1, ИПК-2.2, ИПК-2.3	Задача: Предложите комплекс мер по снижению текучести кадров в call-центре с использованием инструментов внутреннего маркетинга.
Тема 4. Маркетинговые исследования рынка труда	ПК-2 Способен осуществлять подбор и отбор персонала	ИПК-2.1, ИПК-2.2, ИПК-2.3	Задача: Проведите сравнительный анализ двух каналов привлечения персонала (социальные сети и специализированные порталы) для вакансии «Инженер-программист».
Тема 5. Экономическая эффективность маркетинга персонала	ПК-2 Способен осуществлять подбор и отбор персонала	ИПК-2.1, ИПК-2.2, ИПК-2.3	Задача: Рассчитайте рентабельность инвестиций (ROI) в рекрутинговый портал, если затраты составили 50 000 руб., а прибыль от работы найденного сотрудника за 3 месяца — 150 000 руб.
Тема 6. Применение стратегического и тактического инструментария МП организации	ПК-2 Способен осуществлять подбор и отбор персонала	ИПК-2.1, ИПК-2.2, ИПК-2.3	Задача: Разработайте концепцию «Бренда работодателя» для торговой сети «Пятёрочка» (или другой известной сети).

Критерии оценивания контрольной работы:

Оценка	Критерии оценивания
отлично	Выставляется, если обучающийся умеет увязывать теорию с практикой (решает задачи, формулирует выводы, умеет пояснить полученные результаты), владеет понятийным аппаратом, полно и глубоко овладел материалом по заданной теме, обосновывает свои суждения и даёт правильные ответы на вопросы преподавателя
хорошо	Выставляется, если обучающийся умеет увязывать теорию с практикой (решает задачи и формулирует выводы, умеет пояснить полученные результаты), владеет понятийным аппаратом, полно и глубоко овладел материалом по заданной теме, но содержание ответов имеют некоторые неточности и требуют уточнения и комментария со стороны преподавателя.
удовлетворительно	Выставляется, если обучающийся знает и понимает материал по заданной теме, но изложение неполное, непоследовательное, допускаются неточности в определении понятий, студент не может обосновать свои ответы на уточняющие вопросы преподавателя
неудовлетворительно	Выставляется, если обучающийся допускает ошибки в определении понятий, искажающие их смысл, беспорядочно и неуверенно излагает материал. Делает ошибки в ответах на уточняющие вопросы преподавателя

4.4. ТИПОВЫЕ ЗАДАНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ

Самостоятельная работа (индикаторы ЗНАТЬ, УМЕТЬ, ВЛАДЕТЬ – на выбор) включает в себя проработку теоретического материала, изучение рекомендуемой литературы, выполнение практико-ориентированных заданий (заполнение таблиц, проведение сравнительного анализа, составление схем и др.), решение практических задач, создание презентаций, написание рефератов, подборка нормативного и иного материала и выполнение других заданий.

Тема	Код и формулировка компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Типовое задание для самостоятельной работы
Тема 1. Потенциал маркетинговых технологий в управлении человеческими ресурсами	ПК-2 Способен осуществлять подбор и отбор персонала	ИПК-2.1, ИПК-2.2, ИПК-2.3	Подготовить презентацию «Эволюция управления персоналом: от кадров к маркетингу».
Тема 2. Оценка потребностей в персонале	ПК-2 Способен осуществлять подбор и отбор персонала	ИПК-2.1, ИПК-2.2, ИПК-2.3	Заполнить таблицу «Источники информации для оценки потребностей в персонале».
Тема 3. Применение технологий внутреннего маркетинга в процессах управления	ПК-2 Способен осуществлять подбор и отбор персонала	ИПК-2.1, ИПК-2.2, ИПК-2.3	Составить сравнительную таблицу «Материальные и нематериальные методы мотивации».

Тема	Код и формулировка компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Типовое задание для самостоятельной работы
персоналом			
Тема 4. Маркетинговые исследования рынка труда	ПК-2 Способен осуществлять подбор и отбор персонала	ИПК-2.1, ИПК-2.2, ИПК-2.3	Написать реферат на тему «Специфика рынка труда в IT-сфере».
Тема 5. Экономическая эффективность маркетинга персонала	ПК-2 Способен осуществлять подбор и отбор персонала	ИПК-2.1, ИПК-2.2, ИПК-2.3	Решить задачу: «Расчет бюджета на подбор персонала».
Тема 6. Применение стратегического и тактического инструментария МП организации	ПК-2 Способен осуществлять подбор и отбор персонала	ИПК-2.1, ИПК-2.2, ИПК-2.3	Составить схему «Каналы привлечения персонала и их эффективность».

Критерии оценивания самостоятельной работы:

Оценка	Критерии оценивания
отлично	выставляется если работа носит научно-исследовательский характер, проанализирован и сделан сравнительный анализ нескольких литературных источников, приведены примеры
хорошо	выставляется если проанализирован и сделан сравнительный анализ нескольких литературных источников, приведены примеры
удовлетворительно	выставляется если проведен сравнительный анализ научно-методической литературы, приведены примеры
неудовлетворительно	выставляется если работа прошла проверку на антиплагиат и соответствует требованиям оформления

4.5. ИНДИВИДУАЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ ДЛЯ КУРСОВЫХ РАБОТ

Курсовая работа позволяет выявить степень владения базовыми знаниями, умениями и навыками, необходимыми для обучения, и определить уровень владения новым материалом.

Примерные индивидуальные задания (темы) для курсовых работ:

Критерии оценивания курсовой работы:

Оценка	Критерии оценивания
отлично	Содержание курсовой работы полностью соответствует заданию, содержащемуся в методических указаниях, и плану. Представлены результаты структурированного и логически последовательного обзора литературных и иных источников по теме исследования. Структура курсовой работы логически и методически выдержана. Верно определены исходные данные для расчетов. Все аналитические расчеты выполнены верно, корректно применены методы экономического анализа, не

	нарушена методика анализа предмета исследования. Все выводы и предложения убедительно аргументированы. При защите курсовой работы обучающийся правильно и уверенно отвечает на вопросы преподавателя, демонстрирует глубокое знание теоретического материала, способен аргументировать собственные утверждения и выводы
хорошо	Содержание курсовой работы полностью соответствует заданию, содержащемуся в методических указаниях, и плану. Представлены результаты структурированного и логически последовательного обзора литературных и иных источников по теме исследования. Структура курсовой работы логически и методически выдержана. Верно определены исходные данные для расчетов. В расчетах допускаются незначительные (не искажающие общего итога оценки) погрешности/ошибки. Большинство выводов и предложений аргументировано, корректно применены методы экономического анализа, не нарушена методика анализа предмета исследования. Оформление курсовой работы и полученные результаты в целом отвечают требованиям, изложенным в методических указаниях. Имеются одна-две несущественные ошибки в использовании терминов, в построенных диаграммах и схемах, в оформлении таблиц. Наличествует незначительное количество грамматических и/или стилистических ошибок. При защите курсовой работы обучающийся правильно и уверенно отвечает на большинство вопросов преподавателя, демонстрирует хорошее знание теоретического материала, но не всегда способен аргументировать собственные утверждения и выводы. При наводящих вопросах преподавателя исправляет ошибки в ответе
удовлетворительно	Содержание курсовой работы полностью соответствует заданию, содержащемуся в методических указаниях, и плану. Результаты обзора литературных и иных источников представлены недостаточно полно, недостаточно логично и последовательно. Верно определены исходные данные для расчетов, но имеются грубые ошибки в расчетах. Аргументация выводов и предложений слабая или отсутствует. Экономические выводы носят констатирующий (описательный) характер. Имеются одно-два существенных отклонений от требований в оформлении курсовой работы. Полученные результаты в целом отвечают требованиям, изложенным в методических указаниях. Имеются одна-две существенных ошибки в использовании терминов, в построенных диаграммах и схемах. Много грамматических и/или стилистических ошибок. При защите курсовой работы обучающийся допускает грубые ошибки при ответах на вопросы преподавателя, демонстрирует слабое знание теоретического материала, в большинстве случаев не способен уверенно аргументировать собственные утверждения и выводы
неудовлетворительно	Содержание курсовой работы не соответствует заданию, содержащемуся в методических указаниях, и плану. Неверно определены исходные данные для расчетов, неверно и не корректно применены методы экономического анализа.

	Экономические выводы содержат неверную экономическую оценку. Имеются более двух существенных отклонений от требований в оформлении курсовой работы. Большое количество существенных ошибок по сути работы, много грамматических и стилистических ошибок и др. Полученные результаты не отвечают требованиям, изложенным в методических указаниях. При защите курсовой работы обучающийся демонстрирует слабое понимание программного материала, студент не может защитить свои решения, допускает грубые фактические ошибки при ответах на поставленные вопросы или вовсе не отвечает на них. Курсовая работа не представлена преподавателю. Обучающийся не явился на защиту курсовой работы

5. МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ОЦЕНКИ РЕЗУЛЬТАТОВ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Промежуточная аттестация проводится в форме зачета/зачета с оценкой/экзамена.

5.1. Вопросы к зачету/зачету с оценкой/экзамену:

Критерии оценивания зачета с оценкой/экзамена:

Тема	Код компетенции	Вопросы для подготовки
Тема 1. Потенциал маркетинговых технологий...	ПК-2	1. Сущность и цели маркетинга персонала. 2. Отличия кадрового маркетинга от традиционного управления персоналом. 3. Внутренний и внешний маркетинг персонала.
Тема 2. Оценка потребностей в персонале	ПК-2	1. Этапы процесса подбора персонала. 2. Методы прогнозирования потребности в персонале. 3. Анализ и описание рабочего места.
Тема 3. Применение технологий внутреннего маркетинга...	ПК-2	1. Понятие и инструменты внутреннего маркетинга. 2. Корпоративная культура как продукт внутреннего маркетинга. 3. Мотивация и удовлетворенность трудом.
Тема 4. Маркетинговые исследования рынка труда	ПК-2	1. Понятие, структура и функции рынка труда. 2. Методы маркетинговых исследований рынка труда. 3. Конкурентный анализ на рынке труда.
Тема 5. Экономическая эффективность маркетинга персонала	ПК-2	1. Показатели эффективности маркетинга персонала. 2. Структура затрат на рекрутинг. 3. Методы расчета ROI в HR.
Тема 6. Применение стратегического и тактического инструментария...	ПК-2	1. Бренд работодателя: понятие и значение. 2. Каналы привлечения персонала. 3. Стратегии управления талантами.

Оценка	Критерии оценивания
зачтено	Обучающийся должен: уметь строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса; продемонстрировать прочное, достаточно полное усвоение знаний программного материала; продемонстрировать знание основных теоретических понятий; правильно формулировать определения; последовательно,

	грамотно и логически стройно изложить теоретический материал; продемонстрировать умения самостоятельной работы с литературой; уметь сделать достаточно обоснованные выводы по излагаемому материалу.
не зачтено	Обучающийся демонстрирует: незнание значительной части программного материала; не владение понятийным аппаратом дисциплины; существенные ошибки при изложении учебного материала; неумение строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса; неумение делать выводы по излагаемому материалу.

6. МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ДИАГНОСТИЧЕСКОЙ РАБОТЫ

Задания для диагностической работы должны обеспечивать оценку полностью или частично сформированных компетенций. Каждое задание должно быть привязано к тому или иному индикатору сформированности компетенций.

При формировании заданий для диагностической работы необходимо использовать тестовые задания следующих типов:

Тип задания 1. Задания закрытого типа на установление соответствия.

Тип задания 2. Задания закрытого типа на установление последовательности.

Тип задания 3. Задания комбинированного типа, предполагающие выбор одного правильного ответа из предложенных с последующим объяснением своего выбора.

Тип задания 4. Задания комбинированного типа, предполагающие выбор нескольких ответов из предложенных с последующим объяснением своего выбора.

Тип задания 5. Задания открытого типа с развернутым ответом.

Все типы заданий должны быть представлены не менее одного раза.

№ п/п	Тема занятия	Код компетенции	Индикатор	Тип задания	Вариант 1	Вариант 2
1	Тема 1. Потенциал маркетинговых технологий...	ПК-2	ИПК-2.1, 2.2, 2.3	Тип 1 (Соответствие)	Соотнесите понятие и определение: 1. HR-бренд 2. Внутренний маркетинг А) Работа с текущими сотрудниками Б) Репутация работодателя	Соотнесите понятие и определение: 1. Рекламная кампания 2. Job Description А) Описание вакансии Б) Привлечение кандидатов
2	Тема 2. Оценка потребностей в персонале	ПК-2	ИПК-2.1, 2.2, 2.3	Тип 2 (Последовательность)	Установите последовательность этапов подбора: 1. Интервью 2. Оценка потребностей 3. Выбор кандидата	Установите последовательность этапов подбора: 1. Размещение вакансии 2. Анализ резюме 3. Приглашение на собеседование
3	Тема 3. Внутренний	ПК-2	ИПК-2.1, 2.2, 2.3	Тип 3 (Один ответ)	Главная цель внутреннего маркетинга:	Инструмент внутреннего маркетинга:

	маркетинг				А) Увеличение продаж Б) Лояльность сотрудников В) Снижение налогов	А) Скидки клиентам Б) Корпоративные мероприятия В) Реклама в ТВ
4	Тема 4. Исследования рынка труда	ПК-2	ИПК-2.1, 2.2, 2.3	Тип 4 (Несколько ответов)	Выберите источники информации о рынке труда: А) Порталы вакансий Б) Бухгалтерская отчетность В) Профессиональные сообщества	Выберите методы исследования рынка труда: А) Анкетирование Б) Наблюдение В) Списание материалов
5	Тема 5. Экономическая эффективность	ПК-2	ИПК-2.1, 2.2, 2.3	Тип 5 (Открытый ответ)	Объясните, почему снижение текучести кадров экономически выгодно для компании.	Распишите структуру затрат на найм одного сотрудника.
6	Тема 6. Стратегический инструментарий	ПК-2	ИПК-2.1, 2.2, 2.3	Тип 1 (Соответствие)	Соотнесите канал найма и его характеристику: 1. Headhunting 2. Job-site А) Пассивный поиск Б) Активный поиск	Соотнесите канал найма и его характеристику: 1. Реферальная программа 2. Стажировки А) Поиск через сотрудников Б) Работа с студентами