

Частное образовательное учреждение высшего образования
"Курский институт менеджмента, экономики и бизнеса"

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе

Н.А.Еськова

28 августа 2026 г.



Маркетинг персонала

рабочая программа дисциплины

Направление подготовки 38.03.03 Управление персоналом

Профиль "Управление персоналом в отраслях и сферах деятельности"

Закреплена за кафедрой

Кафедра управления и связей с общественностью

Квалификация

Бакалавр

Форма обучения

очная

Общая трудоемкость

5 ЗЕТ

Часов по учебному плану

180

Виды контроля в семестрах:

в том числе:

экзамены 4

аудиторные занятия

69,6

самостоятельная работа

76

часов на контроль

34,4

Форма обучения

очно-заочная

Общая трудоемкость

5 ЗЕТ

Часов по учебному плану

180

Виды контроля в семестрах:

в том числе:

Экзамены 5

аудиторные занятия

17,6

самостоятельная работа

153,4

часов на контроль

9

Форма обучения

заочная

Общая трудоемкость

5 ЗЕТ

Часов по учебному плану

180

Виды контроля на курсах:

в том числе:

экзамены 3

аудиторные занятия

17,6

самостоятельная работа

155

часов на контроль

7,4

**Распределение часов дисциплины по семестрам
очная форма**

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	4 (2.2)		Итого	
Неделя	17			
Вид занятий	УП	РП	УП	РП
Лекции	34	34	34	34
Практические	34	34	34	34
Контактная работа на аттестацию	1,6	1,6	1,6	1,6
Итого ауд.	69,6	69,6	69,6	69,6
Контактная работа	69,6	69,6	69,6	69,6
Сам. работа	76	76	76	76
Часы на контроль	34,4	34,4	34,4	34,4
Итого	180	180	180	180

**Распределение часов дисциплины по семестрам
очно-заочная форма**

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	5 (3.1)		Итого	
Неделя	16			
Вид занятий	УП	РП	УП	РП
Лекции	6	6	6	6
Практические	10	10	10	10
Контактная работа на аттестацию	1,6	1,6	1,6	1,6
Итого ауд.	17,6	17,6	17,6	17,6
Контактная работа	17,6	17,6	17,6	17,6
Сам. работа	153,4	153,4	153,4	153,4
Часы на контроль	9	9	9	9
Итого	180	180	180	180

**Распределение часов дисциплины по семестрам
заочная форма**

Курс	3		Итого	
Вид занятий	УП	РП		
Лекции	6	6	6	6
Практические	10	10	10	10
Контактная работа на аттестацию	1,6	1,6	1,6	1,6
Итого ауд.	17,6	17,6	17,6	17,6
Контактная работа	17,6	17,6	17,6	17,6
Сам. работа	155	155	155	155
Часы на контроль	7,4	7,4	7,4	7,4
Итого	180	180	180	180

Программу составил(и):

ведущий специалист по управлению персоналом
АО "ВРК-2" Кондакова Юлия Викторовна



к.э.н, доцент Рашидов Олег Ибрагимович



Рецензент(ы):

начальник отдела кадров ООО
НПО «Композит» Потолова Ольга Николаевна



Рабочая программа дисциплины
Маркетинг персонала

разработана в соответствии с ФГОС ВО:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 38.03.03 Управление персоналом (приказ Минобрнауки России от 12.08.2020 г. № 955)

составлена на основании учебного плана:
38.03.03 Управление персоналом

Профиль "Управление персоналом в отраслях и сферах деятельности"
утвержденного учёным советом вуза от 28.08.2026 протокол № 1.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры
Кафедра управления и связей с общественностью

Протокол от 28.08.2026 г. № 1

Срок действия программы: 2026-2027 уч.г.

Зав. кафедрой Еськова Наталья Анатольевна

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для
исполнения в 2027-2028 учебном году на заседании кафедры

Кафедра управления и связей с общественностью

Протокол от _____ 2027 г. № ____
Зав. кафедрой Еськова Наталья Анатольевна

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для
исполнения в 2028-2029 учебном году на заседании кафедры

Кафедра управления и связей с общественностью

Протокол от _____ 2028 г. № ____
Зав. кафедрой Еськова Наталья Анатольевна

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для
исполнения в 2029-2030 учебном году на заседании кафедры

Кафедра управления и связей с общественностью

Протокол от _____ 2029 г. № ____
Зав. кафедрой Еськова Наталья Анатольевна

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для
исполнения в 2030-2031 учебном году на заседании кафедры

Кафедра управления и связей с общественностью

Протокол от _____ 2030 г. № ____
Зав. кафедрой Еськова Наталья Анатольевна

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Цель - получение теоретических знаний и выработка практических навыков по формированию концепции маркетинга персонала на рынке труда.

Задачами учебной дисциплины являются:

- освоение методологических основ маркетинга персонала; -рассмотрение направлений маркетинговых исследований рынка труда; -изучение этапов управления маркетингом персонала;
- определение методологических подходов к оценке эффективности маркетинга персонала; формирование системы управления маркетингом персонала в организации;
- знание требований к персоналу и запросов к работодателю;
- определение роли маркетинга персонала в формировании трудового потенциала организации;
- определение значение имиджа организации для ее позиционирования на рынке труда.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Цикл (раздел) ОП: Б1.В

2.1 Требования к предварительной подготовке обучающегося:

2.1.1 Основы кадровой политики и кадрового планирования

2.1.2 Теория управления

2.1.3 Экономическая теория

2.1.4 Экономика организации

2.1.5 Рынок труда

2.1.6 Теория организации

2.1.7 Основы управления персоналом

2.1.8 Экономическая теория

2.2 Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:

2.2.1 Управление персоналом организации

2.2.2 Мотивация и стимулирование трудовой деятельности

2.2.3 Основы безопасности труда

2.2.4 Управление трудовыми ресурсами

2.2.5 Экономика управления персоналом

2.2.6 Производственная практика

2.2.7 Преддипломная практика

2.2.8 Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

ПК-4.2: Выбирает способы и методы привлечения персонала в соответствии с планами и ограничениями организации и формирует бюджет на поиск, привлечение, подбор и отбор персонала

Знать: особенности методы привлечения персонала в соответствии с планами и ограничениями организации

Уметь: проводить собеседования лично и с использованием современных средств связи

Владеть: навыками разрабатывать сценарий и определять содержание структурированного собеседования в процессе входной и текущей оценки персонала

ПК-4.3: Оценивает соответствие кандидатов требованиям вакантной должности и иным требованиям организации (профессии, специальности)

Знать: технологии и методы определения профессиональных знаний, умений и компетенций

Уметь: применять технологии и методы оценки личностных качеств и характеристик

Владеть: навыками определять параметры и критерии оценки персонала

ПК-6.1: Разрабатывает план оценки персонала, определяет ресурсы, выбирает средства и методы проведения оценки персонала в соответствии с целями организации

Знать: особенности составления плана оценки и аттестации персонала в соответствии с целями организации
Уметь: разрабатывать план оценки персонала
Владеть: навыками определять ресурсы, выбора средств и методов проведения оценки персонала

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен

3.1 Знать:	<ul style="list-style-type: none"> – направления и основные этапы маркетинговой деятельности в области персонала; – место маркетинга персонала в кадровой политике и кадровом планировании; – стратегии покрытия потребности в персонале; – методики оценки эффективности маркетинга персонала и методы контроллинга персонала.
3.2 Уметь:	<ul style="list-style-type: none"> – формировать и позиционировать бренд организации как работодателя; – разрабатывать план маркетинга персонала и стратегии привлечения персонала; – рассчитывать затраты на приобретение и дальнейшее использование персонала; – оценивать положение организации на рынке труда, разрабатывать систему мероприятий по улучшению имиджа организации как работодателя.
3.3 Владеть:	<ul style="list-style-type: none"> – навыками внутреннего и внешнего исследования персонала; – навыками разработки системы маркетинга персонала, включающей в себя формулировку целей, задач, определения ее места в организационной структуре и кадровой политике; – навыками сбора маркетинговой информации и контроллинга персонала; – технологиями повышения эффективности маркетинга персонала на предприятии.

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

очная форма

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Курс/ Семестр	Часов всего/л/	Компетен-	Литература	Инте ракт.	Сам.работ а
1.	Понятийный аппарат маркетинга персонала	2/2	4/2/2	ПК-4.2 ПК-4.3 ПК-6.1	6.1.1.1 6.1.1.2 6.1.1.3		7
2.	Внешний маркетинг персонала	2/2	4/2/2	ПК-4.2 ПК-4.3 ПК-6.1	6.1.1.1 6.1.1.2 6.1.1.3	2	7
3.	Внутренний маркетинг персонала и факторы его формирования	2/2	4/2/2	ПК-4.2 ПК-4.3 ПК-6.1	6.1.1.1 6.1.1.2 6.1.1.3		7
4.	Маркетинговые концепции при управлении персоналом	2/2	8/4/4	ПК-4.2 ПК-4.3 ПК-6.1	6.1.1.1 6.1.1.2 6.1.1.3		7
5.	Маркетинговые исследования рынка труда	2/2	8/4/4	ПК-4.2 ПК-4.3 ПК-6.1	6.1.1.1 6.1.1.2 6.1.1.3		8
6.	Основные факторы, влияющие на формирование внутреннего спроса на рабочую силу	2/2	8/4/4	ПК-4.2 ПК-4.3 ПК-6.1	6.1.1.1 6.1.1.2 6.1.1.3		8

7.	Основные факторы, влияющие на формирование внешнего спроса на рабочую силу	2/2	8/4/4	ПК-4.2 ПК-4.3 ПК-6.1	6.1.1.1 6.1.1.2 6.1.1.3		8
8.	Требования (запросы) к работодателю со стороны различных целевых групп	2/2	8/4/4	ПК-4.2 ПК-4.3 ПК-6.1	6.1.1.1 6.1.1.2 6.1.1.3	2	8
9.	Планирование потребности в персонале	2/2	8/4/4	ПК-4.2 ПК-4.3 ПК-6.1	6.1.1.1 6.1.1.2 6.1.1.3	2	8
10.	Качественная и количественная потребность в персонале	2/2	8/4/4	ПК-4.2 ПК-4.3 ПК-6.1	6.1.1.1 6.1.1.2 6.1.1.3	2	8

СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

очно-заочная форма

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Курс/ Семестр	Часов всего/л/	Компетен-	Литература	Инте ракт.	Сам.работ а
1.	Понятийный аппарат маркетинга персонала	3/1	1,5/0,5/1	ПК-4.2 ПК-4.3 ПК-6.1	6.1.1.1 6.1.1.2 6.1.1.3		14
2.	Внешний маркетинг персонала	3/1	1,5/0,5/1	ПК-4.2 ПК-4.3 ПК-6.1	6.1.1.1 6.1.1.2 6.1.1.3		15
3.	Внутренний маркетинг персонала и факторы его формирования	3/1	1,5/0,5/1	ПК-4.2 ПК-4.3 ПК-6.1	6.1.1.1 6.1.1.2 6.1.1.3		15
4.	Маркетинговые концепции при управлении персоналом	3/1	1,5/0,5/1	ПК-4.2 ПК-4.3 ПК-6.1	6.1.1.1 6.1.1.2 6.1.1.3		15
5.	Маркетинговые исследования рынка труда	3/1	1,5/0,5/1	ПК-4.2 ПК-4.3 ПК-6.1	6.1.1.1 6.1.1.2 6.1.1.3		15
6.	Основные факторы, влияющие на формирование внутреннего спроса на рабочую силу	3/1	1,5/0,5/1	ПК-4.2 ПК-4.3 ПК-6.1	6.1.1.1 6.1.1.2 6.1.1.3		16
7.	Основные факторы, влияющие на формирование внешнего спроса на рабочую силу	3/1	1,5/0,5/1	ПК-4.2 ПК-4.3 ПК-6.1	6.1.1.1 6.1.1.2 6.1.1.3		16
8.	Требования (запросы) к работодателю со стороны различных целевых групп	3/1	1,5/0,5/1	ПК-4.2 ПК-4.3 ПК-6.1	6.1.1.1 6.1.1.2 6.1.1.3	1	16
9.	Планирование потребности в персонале	3/1	2/1/1	ПК-4.2 ПК-4.3 ПК-6.1	6.1.1.1 6.1.1.2 6.1.1.3	1	16
10.	Качественная и количественная потребность в персонале	3/1	2/1/1	ПК-4.2 ПК-4.3 ПК-6.1	6.1.1.1 6.1.1.2 6.1.1.3	1	15,4

СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)							
заочная форма							
Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Курс	Часов всего/л/	Компетен-	Литература	Инте ракт.	Сам.работ а
1.	Понятийный аппарат маркетинга персонала	3	1,5/0,5/1	ПК-4.2 ПК-4.3 ПК-6.1	6.1.1.1 6.1.1.2 6.1.1.3		15
2.	Внешний маркетинг персонала	3	1,5/0,5/1	ПК-4.2 ПК-4.3 ПК-6.1	6.1.1.1 6.1.1.2 6.1.1.3		15
3.	Внутренний маркетинг персонала и факторы его формирования	3	1,5/0,5/1	ПК-4.2 ПК-4.3 ПК-6.1	6.1.1.1 6.1.1.2 6.1.1.3		15
4.	Маркетинговые концепции при управлении персоналом	3	1,5/0,5/1	ПК-4.2 ПК-4.3 ПК-6.1	6.1.1.1 6.1.1.2 6.1.1.3		15
5.	Маркетинговые исследования рынка труда	3	1,5/0,5/1	ПК-4.2 ПК-4.3 ПК-6.1	6.1.1.1 6.1.1.2 6.1.1.3		15
6.	Основные факторы, влияющие на формирование внутреннего спроса на рабочую силу	3	1,5/0,5/1	ПК-4.2 ПК-4.3 ПК-6.1	6.1.1.1 6.1.1.2 6.1.1.3		16
7.	Основные факторы, влияющие на формирование внешнего спроса на рабочую силу	3	1,5/0,5/1	ПК-4.2 ПК-4.3 ПК-6.1	6.1.1.1 6.1.1.2 6.1.1.3		16
8.	Требования (запросы) к работодателю со стороны различных целевых групп	3	1,5/0,5/1	ПК-4.2 ПК-4.3 ПК-6.1	6.1.1.1 6.1.1.2 6.1.1.3	1	16
9.	Планирование потребности в персонале	3	2/1/1	ПК-4.2 ПК-4.3 ПК-6.1	6.1.1.1 6.1.1.2 6.1.1.3	1	16
10.	Качественная и количественная потребность в персонале	3	2/1/1	ПК-4.2 ПК-4.3 ПК-6.1	6.1.1.1 6.1.1.2 6.1.1.3	1	16

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

5.1. Контрольные вопросы и задания

Вопросы к экзамену

- Особенности формирования государственной кадровой политики.
- Понятие и основные принципы кадровой политики организации.
- Концепции стратегии кадровой политики.
- Подходы к определениям, цели и задачи маркетинга персонала.
- Виды и уровни маркетинга персонала.
- Сущность маркетингового подхода к управлению персоналом организации.
- Применение процессного подхода к управлению маркетингом персонала организации.
- Сущность основных маркетинговых инструментов, применяемых при управлении персоналом организации.
- Сущность информационной функции маркетинга персонала.
- Внешние и внутренние факторы организации, их влияние на маркетинг персонала.
- Направления исследований рынка труда.
- Направления анализа внутреннего рынка труда.
- Сущность коммуникационной функции маркетинга персонала.
- Выделение целевых групп на рынке труда.

15. Определения и основные элементы рынка труда.
16. Основные функции рынка труда.
17. Роль маркетинга на рынке труда.
18. Международные аспекты маркетинга персонала.
19. Система целей маркетинга персонала и их структуризация.
20. Место маркетинга персонала в системе управления персоналом организации.
21. Сущность основных концепций и этапы развития маркетинга персонала.
22. Сущность и направления маркетинговых исследований при управлении персоналом.
23. Сущность и особенности функционирования маркетинговой информационной системы в управлении персоналом.
24. Понятие потребности в персонале организации, основные пути покрытия.
25. Понятие основные типы социально-трудовых отношений.
26. Внутрифирменный рынок труда и его основные элементы.
27. Особенности управления занятостью в организации.
28. Направления взаимодействия работодателя с инспекциями по труду и органами содействия занятости.
29. Основные типы кадровой политики.
30. Теории мотивации и их значение при подготовке управленческого решения в сфере маркетинга персонала.

5.2. Темы письменных работ

Темы рефератов:

1. Теоретические основы найма и отбора персонала
2. Маркетинговая информация. ее виды
3. Концепции маркетинга
4. Внутренний и внешний маркетинг
5. Функции маркетинга персонала
6. Цели маркетинга персонала
7. Требования к персоналу организации
8. Требования к работодателю
9. Сегментирование рынка труда
10. Качественная потребность в персонале
11. Количественная потребность в персонале
12. Нормативно-методические документы, обеспечивающие расчет потребности в персонале
13. Оценка эффективности маркетинга персонала
14. Целеполагание в маркетинге персонала
15. Определение затрат на персонал
16. Применение маркетинговых инструментов при управлении персоналом
17. Качество, контроль и эффективность маркетинга персонала
18. Набор, отбор, подбор, найм и расстановка персонала в организации
19. Разработка политики организации в области маркетинга персонала
20. Разработка должностной инструкции для специалистов выбранной организации
21. Разработка карт компетентности
22. Формирование бюджета для подразделения, ответственного за маркетинг персонала
23. Основные принципы маркетинга персонала
24. Место маркетинга персонала в общей структуре управления предприятием
25. Определение эффективности и результативности процесса маркетинга персонала

5.3. Фонд оценочных средств

Оценочные материалы для текущего контроля, промежуточной аттестации и самостоятельной работы рассмотрены и одобрены на заседании кафедры от 28 августа 2026 г. протокол № 1, являются приложением к рабочей программе

5.4. Перечень видов оценочных средств

практические задания, кейс, рефераты, тест, ситуационные задачи

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Рекомендуемая литература

6.1.1. Основная литература

6.1.1.1 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.com/catalog/product/2083010> (дата обращения: 13.08.2026). – Режим доступа: по подписке.

6.1.1.2 Маркетинг персонала. Практикум : учебное пособие / С. П. Азарова, С. Л. Балова, Н. Ф. Лозик [и др.] ; под ред. И. А. Фирсовой. - Москва : Прометей, 2024. - 256 с. - ISBN 978-5-00172-553-4. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2143859> (дата обращения: 13.08.2026).

6.1.1.3 Кибанов, А. Я. Управление персоналом организации : учебник / под ред. А. Я. Кибанова. — 4-е изд., доп. и перераб. — Москва : ИНФРА-М, 2026. — 695 с. — (Высшее образование). - ISBN 978-5-16-019770-8. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2243233> (дата обращения: 13.08.2026).

6.1.2. Дополнительная литература

6.1.2.1 Конституция РФ (принята всенародным голосованием 12.12.1993 года) // СПС «Консультант Плюс».

6.1.2.2 Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 26.01.1996 № 14-ФЗ // СПС «Консультант Плюс».

6.1.2.3 Федеральный закон от 28 июня 2014 г. № 172-ФЗ «О стратегическом планировании в Российской Федерации». // СПС «Консультант Плюс».

6.1.2.4 Ильина, И. Ю. Рынок труда и маркетинг персонала. Часть 1 : учебное пособие / И. Ю. Ильина, Е. В. Потехина. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2020. - 226 с. – ISBN 978-5-4499-0662-5. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2254399> (дата обращения: 13.08.2026).

6.1.2.5 Кибанов, А.Я. Управление персоналом организации: стратегия, маркетинг, интернационализация : учебное пособие / А.Я. Кибанов, И.Б. Дуракова. — Москва : ИНФРА-М, 2024. — 301 с. — (Высшее образование: Магистратура). - ISBN 978-5-16-006649-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/2054180> (дата обращения: 13.08.2026).

6.1.2.6 Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебное пособие / под ред. д-ра экон. наук, проф. Н.А. Нагапетьянца. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2026. — 282 с. — (Вузовский учебник). - ISBN 978-5-9558-0163-6. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2218410> (дата обращения: 13.08.2026).

6.1.2.7 Резник, Г. А. Маркетинг : учебное пособие / Г.А. Резник. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2027. — 199 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/1242303. - ISBN 978-5-16-016830-2. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2262603> (дата обращения: 13.08.2026).

6.1.2.8 Современные аспекты маркетинга персонала : учебник / под ред. С. А. Карташова, А. Б. Конобеевой, С. А. Шапиро. - Москва : Директ-Медиа, 2022. - 228 с. - ISBN 978-5-4499-3323-2. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2143826> (дата обращения: 13.08.2026).

6.1.2.9 Шапиро, С. А. Практикум по дисциплине «Маркетинг персонала» : учебное пособие / С. А. Шапиро, Е. К. Самраилова. – Москва : Директ-Медиа, 2020. - 60 с. – ISBN 978-5-4499-0411-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2254401> (дата обращения: 13.08.2026).

6.2. Перечень ресурсов сети «Интернет»

6.2.1 Официальный сайт Губернатора (Главы) Вашего региона.

6.2.2 Официальный сайт Правительства Вашего региона

6.2.3 Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики (<https://rosstat.gov.ru/contacts>)

6.2.4 «Московский экономический журнал» (<https://qje.su/>)

6.3.1 Перечень программного обеспечения

6.3.1.1. ConsultantPlus (правовая информационная система, договор №459363 от 21.11.2019, российское ПО)

6.3.1.2. Windows 7 (операционная система, договор № 48509295 от 17.05. 2011)

6.3.1.3. MSOffice2010 (комплект офисного ПО, договор № 48509295 от 17.05. 2011)

6.3.1.4. Lazarus (открытая среда разработки программного обеспечения на языке ObjectPascal для компилятора FreePascal, открытое ПО)

6.3.1.5. OpenOffice (комплект офисного ПО, открытое ПО)

6.3.1.6. NVDA (ПО для помощи людям с ОВЗ управлять компьютером, открытое ПО)

6.3.1.7. WindowsXP (операционная система, лицензия №42036743 от 16.04.2007)

6.3.1.8. MSOffice 2007 (комплект офисного ПО, лицензия №43224817 от 19.12.2007)

6.3.1.9. AstraLinux Орел (операционная система на базе DebianGNU/Linux, открытое ПО)

6.3.1.10. LibreOffice (кроссплатформенный, свободно распространяемый офисный пакет с открытым исходным кодом, открытое ПО)
6.3.2 Перечень информационных справочных систем
6.3.2.1 Научная электронная библиотека, ИСС, http://elibrary.ru
6.3.2.2 Российская Государственная библиотека, ИСС, http://www.rsl.ru
6.3.2.3 Федеральная служба государственной статистики, база данных, https://rosstat.gov.ru/
6.3.2.4 Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Курской области, база данных, https://kurskstat.gks.ru/
6.3.2.5 Электронно-библиотечная система Znanium.com, база данных,
6.3.2.6 Официальный интернет-портал правовой информации, база данных http://pravo.gov.ru/
6.3.2.7 Научная библиотека КиберЛенинка, ИСС, http://cyberleninka.ru/
6.3.2.8 Федеральный портал проектов нормативных правовых актов, база данных, https://regulation.gov.ru/
6.3.2.9 Информационно-правовой портал Право.ru, ИСС, https://pravo.ru/
6.3.2.10 Университетская информационная система РОССИЯ (УИС Россия), ИСС, http://uisrussia.msu.ru/
6.3.2.11 Федеральный портал «Российское образование», ИСС, http://www.edu.ru/
6.3.2.12 Федеральный образовательный портал «Экономика. Социология. Менеджмент» (электронные статьи), ИСС, http:// www.ecsocman.edu.ru

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
7.1. 305000, Российская Федерация, Курская область, г. Курск, ул. Радищева, дом 35, ауд.406
7.1.1. Учебная аудитории для проведения занятий лекционного и семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации
7.1.2. Столы учебные, стулья, доска маркерная 3-х створчатая, экран, трибуна, часы, жалюзи, репродукции картин, рециркулятор бактерицидный, проектор Асег, парта для инвалида-колясочника
7.2. 305000, Российская Федерация, Курская область, г. Курск, ул. Радищева, дом 35, ауд.204
7.2.1. Аудитория для самостоятельной работы обучающихся
7.2.2. Столы компьютерные; стулья; персональные компьютеры IntelCorei5-3330/4GB/500 GB; жалюзи; доска маркерная; огнетушитель; сплит-система

8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Методические рекомендации студентам в период работы на лекционных занятиях. Основу теоретического обучения студентов составляют лекции. На лекциях особое внимание уделяется не только усвоению студентами изучаемых проблем, но и стимулированию их активной познавательной деятельности, творческого мышления, развитию научного мировоззрения, профессионально-значимых свойств и качеств. Лекции по учебной дисциплине проводятся, как правило, в виде проблемных дискуссий в форме диалога.

Излагаемый материал может показаться студентам сложным, поскольку включает знания, почерпнутые преподавателем из различных источников, в том числе – зарубежных. Вот почему необходимо добросовестно и упорно работать на лекциях. Осуществляя учебные действия на лекционных занятиях, студенты должны внимательно воспринимать действия преподавателя, запоминать складывающиеся образы, мыслить, добиваться понимания изучаемого предмета, применения знаний на практике при решении учебных профессиональных задач. Студенты должны аккуратно вести конспект. В случае недопонимания какой-либо части предмета следует задать вопрос в установленном порядке преподавателю. В процессе работы на лекции необходимо так же выполнять в конспектах модели изучаемого предмета (рисунки, схемы, чертежи и т.д.), которые использует преподаватель. Лекционное занятие должно быть содержательным, проблемным, диалоговым, интересным, эффективным, отличаться новизной рассмотрения учебных вопросов.

Студентам, изучающим курс, рекомендуется расширять, углублять, закреплять усвоенные знания во время самостоятельной работы, особенно при подготовке к семинарским/практическим занятиям, изучать и конспектировать не только обязательную, но и дополнительную литературу.

Для лучшего усвоения и закрепления материала по данной дисциплине помимо конспектов лекций, студентам необходимо научиться работать с обязательной и дополнительной литературой. Изучение дисциплины предполагает отслеживание публикаций в периодических изданиях и умение работать в сети «Интернет».

Методические рекомендации студентам по подготовке к практическим занятиям.

По каждой теме учебной дисциплины проводятся практические занятия. Их главной задачей является углубление и закрепление теоретических знаний у студентов, формирование и развитие у них умений и навыков применения знаний для успешного решения прикладных психологических задач. Практическое занятие проводится в соответствии с учебным планом.

Подготовка студентов к практическому занятию включает:

- заблаговременное ознакомление с планом семинара/практического занятия;
- изучение рекомендованной литературы и конспекта лекций;
- подготовку полных и глубоких ответов по каждому вопросу, выносимому для обсуждения;
- подготовку доклада, эссе, реферата по указанию преподавателя;
- освоение своей роли как участника тренинга или деловой игры;
- заблаговременное решение учебно-профессиональных задач к занятию.

При проведении практических занятий уделяется особое внимание заданиям, предполагающим не только воспроизведение студентами знаний, но и направленных на развитие у них практических умений и навыков, а также творческого мышления, научного мировоззрения, профессиональных представлений и способностей.

При подготовке к практическим занятиям студенты должны прочитать записи лекций, изучить рекомендованную литературу, ответить на вопросы и выполнить задания для самостоятельной работы. Особое внимание следует уделить осмыслению новых понятий и психологических категорий.

Целесообразно готовиться к практическим занятиям за 1–2 недели до их начала, а именно: на основе изучения рекомендованной литературы выписать в контекст основные категории и понятия по учебной дисциплине, подготовить в виде текстов и презентаций развернутые планы ответов и краткое содержание выполненных заданий.

Студент должен быть готов к контрольным опросам на каждом учебном занятии. Одобряются и поощряются инициативные выступления с докладами, эссе по темам практических занятий.

Методические рекомендации студентам по организации самостоятельной работы по изучению литературных источников. При организации самостоятельной работы, следует обратить особое внимание на систематичность и регулярность изучения основной и дополнительной литературы, конспекта лекций, а также выполнения домашних заданий. В период изучения литературных источников необходимо так же вести конспект. В случае затруднений необходимо обратиться к преподавателю за разъяснениями. Особое внимание необходимо обратить на подготовку к практическим занятиям, предусматривающим моделирование различных ситуаций взаимного влияния людей в деятельности и общении на ЭВМ. Подготовленные студентами модели должны быть адекватными, доступными для непосредственного восприятия, конкретными, определенными, изменчивыми и т.д.

Методические рекомендации студентам по подготовке к контрольным заданиям, фиксированных выступлений и докладов к практическим занятиям. При подготовке к докладу на практическом занятии по теме, указанной преподавателем, студент должен ознакомиться не только с основной, но и с дополнительной литературой, а также с последними публикациями по этой тематике в сети Интернет. Необходимо подготовить текст доклада, эссе и иллюстративный материал в виде презентации. Доклад должен включать введение, основную часть и заключение. На доклад отводится 20-25 минут учебного времени. Он должен быть научным, конкретным, определенным, глубоко раскрывать проблему и пути ее решения. Особенно следует обратить внимание на безусловную обязательность решения домашних задач, указанных преподавателем к практическому занятию.

Методические рекомендации студентам по подготовке курсовой работы представлены в специальных методических рекомендациях в ФОМ по дисциплине.

Методические рекомендации студентам по подготовке к зачету и экзамену.

При подготовке к зачету и экзамену студент должен повторно изучить конспекты лекций и рекомендованную литературу, просмотреть основные задания, выполненные самостоятельно и на практических занятиях, а также составить ответы на все вопросы, вынесенные на экзамен или зачет.