

ГОУ ВПО Российско-Армянский (Славянский) университет



« 25 » июня 2025, протокол № 25

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЙ КОМПЛЕКС ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины: Б1.О.04 HR в рекламе и СО

Автор (ы) к. э. н., доцент Мантарлян Степан Карапетович
Ф.И.О, ученое звание (при наличии), ученая степень (при наличии)

Направление подготовки: 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью»

Наименование образовательной программы: Магистратура

Форма обучения очная

Программа разработана в соответствии с требованиями ФГОС ВО

№ 528 от 8 июня 2017 г.

1. Аннотация

Дисциплина «HR в рекламе и PR» содержит необходимую информацию о навыках управления, т.е. как руководить и как добиваться поставленных целей, используя труд, интеллект и мотивы поведения членов трудового коллектива.

Дисциплина рассматривает классические подходы к управлению, эволюцию управления как науки, а также отдельные типы современного менеджмента: кадровый, информационный и качества. Во время прохождения данной дисциплины магистрантам представляются основы специфических особенностей управленческой деятельности, организационных форм и структур управления сферы рекламы и PR. Курс базируется на понимании особенностей управления, нацелен на изложение, в тесной взаимосвязи, общетеоретических знаний и практического опыта в области управления.

Перечень вопросов контрольно – измерительных тестов охватывает содержание изученного программного материала и позволяет сделать заключение об уровне его усвоения магистрантами.

1.1. Трудоемкость дисциплины и виды учебной работы (в академических часах)

Трудоемкость дисциплины в академических часах – 324; Кредиты – 9;
Курс рассчитан на 2 семестра; Форма контроля – зачет, экзамен.

1.2. Взаимосвязь дисциплины с другими дисциплинами учебного плана специальности (направления)

Дисциплина «HR в рекламе и PR» является фундаментальной основой для формирования знания по созданию условий для формирования рынка услуг по рекламе и СМИ с учётом применения прогрессивных технологий. Формирует представления по участию в организации, планировании и совершенствовании деятельности служб предприятий рекламы и СМИ, разрабатывать мероприятия по повышению эффективности их деятельности. Оказывает методическую и практическую помощь по принятию управленческих решений в рамках компетенции и осуществлять связь с общественностью. Перечень дисциплин, усвоение которых магистрантами необходимо для изучения данной дисциплины:

- основы менеджмента в предприятиях рекламы и СМИ;
- социально-экономическая статистика;
- социальная психология.

1.3. Требования к исходным уровням знаний, умений и навыков магистрантов для прохождения дисциплины (что должен знать, уметь и владеть студент для прохождения данной дисциплины)

Для изучения данной учебной дисциплины необходимы знания, умения и навыки.

Магистрант должен знать:

- о современных подходах к организации эффективного менеджмента персонала;
- принципы, функции и методы организации эффективного труда в рамках производственного коллектива;
- о современных системах и структуре управления, стилях руководства;

- о личности, власти и влиянии, факторах формирующих авторитет современного менеджера в рекламе и PR;
- о системе организации рекламы и PR с учетом опыта и знаний отечественных и зарубежных специалистов по эффективному применению управленческих решений в соответствии с технологией международных стандартов кадрового менеджмента.
- о технологиях подбора и оценки персонала, формах адаптации и обучения сотрудников, современных системах мотивации труда, развитие трудового потенциала менеджеров и работников и т. д.

Иметь представление:

- о тенденциях и перспективах применения управленческих решений при разработке концепций развития и бизнес-планов фирмы;
- о месте мультимедиа-технологий в современной системе управления персоналом,
- о методах и технологии управления кадрами, основных требованиях к персоналу, работникам кадровых служб и рекрутинговых агентств;
- о современных способах и приёмах делового общения, разработки и принятия стратегических и текущих планов.

Уметь:

- применять методики производственно-технологической дисциплины и социально-экономической оценки персонала;
- решать типичные задачи по постановке проблем регулирования конфликтов внутренней среды;
- создавать простейшие системы и структуры управления в предполагаемых формах предприятия.

владеть базовыми навыками управления персоналом как основы организации;

1.4 Результаты освоения программы дисциплины:

Код компетенции (в соответствии рабочим с учебным планом)	Наименование компетенции (в соответствии рабочим с учебным планом)	Код индикатора достижения компетенций (в соответствии рабочим с учебным планом)	Наименование индикатора достижений компетенций (в соответствии рабочим с учебным планом)
УК – 4	Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия	УК – 4.1	Знать современные правила ведения деловой переписки, нормы письменной коммуникации в рамках делового и профессионального общения для различных видов и уровней коммуникации, актуальные форматы устного общения (приветствие, прощание, small talk, основные аспекты профессиональной деятельности, базовые навыки ведения переговоров), методы усовершенствования навыков межкультурной коммуникации в профессиональной деятельности.
		УК – 4.2	Уметь применять современные правила ведения деловой переписки, актуализировать их, идентифицировать и применять

			адекватные нормы письменной коммуникации в рамках делового и профессионального общения для различных видов и уровней коммуникации, использовать актуальные форматы устного общения, использовать методы усовершенствования навыков межкультурной коммуникации в профессиональной деятельности
		УК – 4.3	Владеть современными правилами ведения деловой переписки, методами их актуализации, приемами идентификации и применения адекватных норм письменной коммуникации в рамках делового и профессионального общения для различных видов и уровней коммуникации, актуальными форматами устного общения приемами усовершенствования навыков межкультурной коммуникации в профессиональной деятельности.
УК – 5	Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	УК – 5.1	Знать предмет и основные концепции современной философии науки, генезис смены типов научной рациональности, модели исторической реконструкции науки, механизм формирования нового знания, структуру, содержание и методы научной деятельности на основе анализа и учета разнообразия культур в процессе межкультурного взаимодействия.
		УК – 5.2	Уметь ориентироваться в предмете и основных концепциях современной философии науки, структурировать типы научной рациональности и модели исторической реконструкции науки, применять механизм формирования нового знания и осуществлять научную деятельность на основе анализа и учета разнообразия культур в процессе межкультурного взаимодействия.
		УК-5.3	Владеть способностью и готовностью ориентироваться в предмете и основных концепциях современной философии науки, структурировать типы научной рациональности и модели исторической реконструкции науки, применять механизм формирования нового знания и осуществлять научную деятельность на основе анализа и учета разнообразия культур в

			процессе межкультурного взаимодействия.
ОПК-2	Способен анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	ОПК-2.1.	Умеет выявлять причинно-следственные связи в проблемах взаимодействия общественных и государственных институтов
		ОПК-2.2.	Анализирует основные тенденции развития общественных и государственных институтов и использует результаты анализа при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов
		ОПК-2.3.	Владеет методами отражения объективности в создаваемых медиапроектах и (или) медиапродуктах при освещении деятельности общественных и государственных институтов
ОПК- 4	Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты	ОПК-4.1	Знает запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности; методы исследования и выявления потребностей общества и аудитории в профессиональной деятельности
		ОПК-4.2	Умеет соотносить социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп; учитывать основные характеристики целевой аудитории при создании медиапроектов и (или) медиапродуктов
		ОПК-4.3	Владеет методами исследования и выявления потребностей общества и аудитории в профессиональной деятельности
ПК-1	Способен осуществлять авторскую деятельность по созданию текста рекламы и связей с общественностью и (или) иного коммуникационного продукта любого уровня сложности с учетом специфики коммуникационных задач и имеющегося мирового и отечественного опыта	ПК-1.1	Знает современные онлайн и офлайн технологии выстраивания коммуникаций с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта
		ПК-1.2	Умеет создавать авторский материал, сценарии для специальных событий и мероприятий с учетом специфики коммуникационных задач; адаптировать медиатексты под особенности канала распространения информации; осуществлять редактирование различных типов в соответствии с целевой аудиторией, для которой он предназначен;
		ПК-1.3	Владеет технологией подготовки и редактирования медиатекстов; программными и техническими средствами подготовки и редактирования медиатекстов; технологий

			распространения медиатекстов с помощью различных технологических каналов
ПК – 2	Способен организовать работу и руководить подразделением (предприятием) в сфере рекламы и связей с общественностью	ПК – 2.1	Знает теорию и технологии менеджмента; нормативноправовую документацию, регламентирующую медиасреду; особенности организации планирования, учета и отчетности, статистические показатели деятельности;
		ПК – 2.2	Умеет принимать обоснованные управленческие решения по преодолению проблемных ситуаций; вести учетную документацию и рассчитывать контрольные и итоговые показатели деятельности; осуществлять статистический анализ; применять действующие отечественные и международные нормативные документы при решении задач профессиональной деятельности; обеспечивать эффективную работу с потоками информации для принятия организационных и управленческих решений
		ПК – 2.3	Владеет современными методами менеджмента профессиональной деятельности в медиасфере; методами статистического анализа деятельности в медиапространстве;
ПК-3	Способен осуществлять проектно-аналитическую деятельность с учетом специфики профессиональной сферы, проводить научное исследование в сфере рекламы и связей с общественностью	ПК-3.1	Знает теорию и технологии маркетинга; особенности разработки и реализации комплекса маркетинга в традиционной и электронной среде; методы качественного и количественного анализа
		ПК-3.2	Умеет использовать маркетинговые коммуникации для продвижения на медиарынке; получать, интерпретировать и представлять результаты исследования, разрабатывать и реализовывать маркетинговую стратегию для продвижения; составлять на основе исследований практические рекомендации и прогнозировать тенденции коммуникационной сферы
		ПК-3.3	Владеет способами контроля и оценки организации маркетинговой деятельности; технологиями реализации маркетинговой стратегии

2. Содержание

2.1. Цели и задачи дисциплины

Программа дисциплины «HRв рекламе и PR» предназначена для магистрантов и составлена в соответствии с имеющимися учебными планами, с учётом авторского видения проблем современного менеджмента и практического опыта в области управления персоналом, а также в соответствии с современными требованиями, предъявляемыми к специалистам, работающим в фирмах и в организациях индустрии рекламы и PR.

Цель дисциплины состоит в том, чтобы обеспечить магистрантов теоретическими и практическими знаниями, умениями и навыками в области управления персоналом, дать представление о проблемах, возникающих у менеджеров при осуществлении руководства людьми на соответствующих предприятиях, о принципах, концепциях, теориях, методах и технологиях управления, а также помочь избежать основных ошибок в процессе управления персоналом.

Задача дисциплины: благодаря изучению дисциплины магистранты должны приобрести ключевые компетенции в

- понимании законов поведения людей;
- стратегическом планировании кадрового бизнеса;
- практическом управлении персоналом современной организации.

2.2. Трудоемкость дисциплины и виды учебной работы (в академических часах)

Трудоемкость дисциплины в академических часах – 324; Кредиты – 9;
Курс рассчитан на 2 семестра; Форма контроля – зачет, экзамен.

Виды учебной работы	Всего, в акад. часах	Распределение по семестрам					
		<u>1</u> сем	<u>2</u> сем	<u>3</u> сем	<u>4</u> сем.	<u>5</u> сем	<u>6</u> сем.
1	2	3	4	5	6	7	8
1. Общая трудоемкость изучения дисциплины по семестрам, в т. ч.:							
1.1. Аудиторные занятия, в т. ч.:							
1.1.1. Лекции		16	32				
1.1.2. Практические занятия, в т. ч.		16	32				
1.1.2.1. Обсуждение прикладных проектов							
1.1.2.2. Кейсы							
1.1.2.3. Деловые игры, тренинги							
1.1.2.4. Контрольные работы							
1.1.2.5. Другое (указать)							
1.1.3. Семинары							
1.1.4. Лабораторные работы							
1.1.5. Другие виды (указать)							
1.2. Самостоятельная работа, в т. ч.:		112	80				
1.2.1. Подготовка к экзаменам							
1.2.2. Другие виды самостоятельной работы, в т.ч. (указать)							
1.2.2.1. Письменные домашние задания							
1.2.2.2. Курсовые работы							
1.2.2.3. Эссе и рефераты							
1.2.2.4. Другое (указать)							
1.3. Консультации			27				
1.4. Другие методы и формы занятий							
Итоговый контроль (Экзамен, Зачет, диф. зачет - указать)		Зачет	Экзам ен				

2.2.1 Тематический план и трудоемкость аудиторных занятий (модули, разделы дисциплины и виды занятий) по рабочему учебному плану

Разделы и темы дисциплины	Всего (ак. часов)	Лекции (ак. часов)	Практ. занятия (ак. часов)	Семина- ры (ак. часов)	Лабор. (ак. часов)	Друг ие виды заня тий (ак. часо в)
1			48	48		
Тема 1 Эффективное управление персоналом организации			6	6		
Тема 2 Корпоративная культура. Миссия и цели организации			6	6		
Тема 3 Организационные структуры и персонал. Профессии в рекламном бизнесе			6	6		
Тема 4 Набор персонала			6	6		
Тема 5 Отбор персонала			4	4		
Тема 6 Оценка персонала			4	4		
Тема 7 Развитие персонала			4	4		
Тема 8 Мотивирование персонала			6	6		
Тема 9 Основные показатели эффективности кадровой деятельности рекламного агентства			6	6		

2.2.2 Тематическое содержание дисциплины

Введение

Тема 1. Эффективное управление персоналом организации

Цель и задачи курса. Место курса «Корпоративная культура и управление персоналом» среди других дисциплин. Связь со смежными дисциплинами. Основной фактор успеха компаний. Основные тенденции изменения внутренней и внешней среды организаций в XXI веке. Традиционные и современные подходы к управлению персоналом. Метод компетенций. Место и роль управления персоналом в системе управления предприятием. Оценка эффективности управления персоналом. Сотрудники — основной фактор, определяющий успех компании в настоящее время.

Тема 2. Корпоративная культура. Миссия и цели организации

О возникновении корпоративной культуры. Общие признаки организаций. Корпоративная культура. Формальная и неформальная системы ценностей организации. Последовательность работ по поддержанию корпоративной культуры. Миссия организации. Этапы стратегического планирования.

Тема 3. Организационные структуры и персонал, Профессии в рекламном бизнесе

Требования к организационной структуре. Что понимается под организационной структурой? Выбор структуры организации. Ключевые понятия организационной структуры. Правила при передаче полномочий. Диапазон контроля. Плоские и многоуровневые

структуры. Что такое организационная структура рекламного агентства и как ее построить. Основные должности, их цели, задачи, взаимосвязи.

Тема 4. Набор персонала

Современные технологии набора персонала в организацию. Источники набора персонала. Квалификационные требования. Резюме кандидата на работу. Заповеди составления резюме. Главные правила для ищущего работу.

Тема 5. Отбор персонала

Собеседование (интервьюирование). Испытания кандидатов на работу. "Институт" рекомендаций. Испытательный срок. Конфликт целей кандидата и организации. Принятие решения о найме. Парадоксы рекрутинга. Адаптация персонала.

Тема 6. Оценка персонала

Общий смысл аттестации персонала. Метод управления по целям. Фазы оценки персонала. Кому и зачем нужна аттестация (оценка) персонала? Правила проведения аттестационных встреч. Наиболее распространённые ошибки при проведении оценки персонала.

Тема 7. Развитие персонала

Аргументы в пользу необходимости развития персонала. Основные цели обучения персонала. Необходимые условия эффективного обучения. Особенности обучения. Методы обучения на рабочем месте. Методы обучения вне рабочего места. Преимущества и недостатки методов обучения. Контроль (оценка) результатов обучения. Электронное обучение - ключевой фактор успеха. Этапы деловой карьеры персонала. Кадровый резерв компании.

Тема 8. Мотивирование персонала

Что такое мотивация? Теорий трудовой мотивации. Основные цели и базовые принципы стимулирования сотрудников. Формы стимулирования персонала. Современные факторы, мотивирующие труд.

Тема 9 Основные показатели эффективности кадровой деятельности рекламного агентства.

Определение оптимальной численности персонала в рекламном агентстве и состава должностей. Основные регламентные документы. Технология постановки целей и контроль за достижением результатов. Как измерить эффективность труда сотрудника рекламного агентства.

2.3. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Лекции по дисциплине «HR в рекламе и PR» имеют мультимедийное сопровождение. Для проведения лекций требуются компьютер с проектором

1.1. Модульная структура дисциплины с распределением весов по формам контролей

Формы контролей	Вес формы (форм) текущего контроля в результирующей оценке текущего контроля (по модулям)		Вес формы промежуточного контроля в итоговой оценке промежуточного контроля		Вес итоговой оценки промежуточного контроля в результирующей оценке промежуточных контролей		Вес итоговой оценки промежуточного контроля в результирующей оценке промежуточных контролей (семестровой оценке)	Веса результирующей оценки промежуточных контролей и оценки итогового контроля в результирующей оценке итогового контроля
	M1 ¹	M2	M1	M2	M1	M2		
Вид учебной работы/контроля								
Контрольная работа (при наличии)								
Устный опрос (при наличии)	0,6	0,6						
Тест (при наличии)								
Лабораторные работы (при наличии)								
Письменные домашние задания (при наличии)	0,4	0,4						
Реферат (при наличии)								
Эссе (при наличии)								
Проект (при наличии)								
Другие формы (при наличии)								
Веса результирующих оценок текущих контролей в итоговых оценках промежуточных контролей					0,5	0,5		
Веса оценок промежуточных контролей в итоговых оценках промежуточных контролей					0,5	0,5		
Вес итоговой оценки 1-го промежуточного контроля в результирующей оценке промежуточных контролей							0,5	
Вес итоговой оценки 2-го промежуточного контроля в результирующей оценке промежуточных контролей							0,5	
Вес результирующей оценки промежуточных контролей в результирующей оценке итогового контроля								0,5
Вес итогового контроля (Экзамен/зачет) в результирующей оценке итогового контроля								0,5
	$\Sigma = 1$	$\Sigma = 1$	$\Sigma = 1$	$\Sigma = 1$	$\Sigma = 1$	$\Sigma = 1$	$\Sigma = 1$	$\Sigma = 1$

3. Теоретический блок

3.1.Материалы по теоретической части курса

3.1.1. Учебник(и)

¹ Учебный Модуль

1. Музыченко В.В. Мастер-класс по управлению персоналом.— ГроссМедиа Ферлаг, 2009.
2. Бухалков М.И. Управления персоналом: Учебник –2-е изд.,-М.: ИНФРА-М, 2009.
3. Пугачев В.П. Руководство персоналом организации: Учебник. - М.: Аспект Пресс, 2007.
4. Спивак В.А. Управление персоналом для менеджеров: Учебное пособие. – М.: Эксмо, 2007.

3.1.2. Учебное пособие

5. Одегов В.П., Т.В.Никонова, Д.К. балаханова Управлении персоналом Упражнения, Тесты, Практические задания и упражнения, тесты. Издательство Экзамен. М-2003

3.1.3. Электронные материалы (электронные учебники, учебные пособия, краткие конспекты лекций, презентации РРТ и т.п.)

1. www.mhr.ru; www.e-xecutive.ru; www.cfin.ru; www.hrc.ru; www.hrm.ru; www.training.ru; www.aup.ru
2. <http://www.smesupport.leontief.ru/recruitment/>; Материалы программы «Практика кадровых служб Санкт-Петербурга».
3. <http://encycl.yandex.ru>; <http://www.hrm.ru>; www.consulting.ru; <http://www.ptpu.ru>; <http://www.emd.ru>; <http://www.superclib.ru>;
4. <https://www.arlis.am/documentview.aspx?docid=62843> –Трудовой кодекс РА

4. Материалы по оценке и контролю знаний

4.1.Перечень экзаменационных вопросов

1. Основной фактор успеха компаний.
2. Основные тенденции изменения внутренней и внешней среды организаций в XXI веке.
3. Традиционный и современный подходы к управлению персоналом.
4. Метод компетенций. Место и роль управления персоналом в системе управления предприятием.
5. Элементы компетенции, свойственные XXI веку.
6. Оценка эффективности управления персоналом.
7. Сотрудники — основной фактор, определяющий успех компании в настоящее время.
8. Определение корпоративной культуры.
9. Характеристики корпоративной культуры.
10. Создание и поддержание корпоративной культуры.
11. . Формальная и неформальная системы ценностей организации.
12. Последовательность работ по поддержанию корпоративной культуры.
13. Миссия организации.
14. Этапы стратегического планирования (этапы 1; 2).
- 15 Миссия и цели организации.
16. Что понимается под организационной структурой?
17. Ключевые понятия организационной структуры.
- 18.Правила при передаче полномочий.
19. Диапазон контроля.
20. Что такое организационная структура рекламного агентства и как ее построить.
21. Основные должности, их цели, задачи, взаимосвязи. Должностная инструкция.
22. Современные технологии набора персонала в организацию.
23. Источники набора персонала
- 24.Квалификационные требования.
- 25.Резюме кандидата на работу. Заповеди составления резюме.
- 26.Методы сбора информации, требующейся для принятия решения при отборе. Собеседование (интервьюирование).
27. Испытания кандидатов на работу.
28. Испытательный срок.

29. Конфликт целей кандидата и организации.
 30. Парадоксы рекрутмента.
 31. Адаптация персонала.
 32. Современные технологии проведения аттестации (оценки) персонала.
 33. Метод управления по целям
 34. Фазы оценки персонала.
 35. Правила проведения аттестационных встреч и наиболее распространённые ошибки при проведении оценки персонала.
 36. Аргументы в пользу необходимости развития персонала.
 37. Основные цели и необходимые условия эффективного обучения (развития) персонала.
 38. Методы обучения на рабочем месте и вне рабочего места.
 39. Контроль (оценка) результатов обучения
 40. Этапы деловой карьеры персонала.
 41. Кадровый резерв компании.
 42. Что такое мотивация?
 43. Основные цели и базовые принципы стимулирования сотрудников.
 44. Формы стимулирования персонала.
 45. Современные факторы, мотивирующие труд.
 46. Определение оптимальной численности персонала в рекламном агентстве и PR
 47. Основные регламентные документы.
 48. Технология постановки целей и контроль за достижением результатов.
 49. Как измерить эффективность труда сотрудника рекламного агентства и PR
- 4.2. Методики решения и ответы к образцам тестовых заданий***

Тесты

Вопрос 1. (Отметьте ВСЕ правильные ответы (их может быть от 0 до 6))

Организацию с внешней средой связывают:

1. материальные потоки
2. человеческие потоки
3. конгруэнтные потоки
4. информационные потоки
5. деловые потоки
6. финансовые потоки

Вопрос 2. (Отметьте ВСЕ правильные ответы (их может быть от 0 до 6))

Основные черты успешных компаний:

1. гибкость
2. известность на рынке
3. скорость реакции на внешние изменения
4. оптимальное использование ресурсов
5. сокращение численности персонала
6. способность к научению (обучению)

Вопрос 3. (Отметьте ВСЕ правильные ответы (их может быть от 0 до 3))

Ключевое слово в фразе “Главная задача менеджера – создать команду, способную приносить прибыль” - это:

1. менеджер
2. прибыль

3. команда (люди)

Вопрос 4 (Отметьте ВСЕ правильные ответы (их может быть от 0 до 6))

Товары и услуги производятся с помощью :

1. капитала
2. труда
3. сырья
4. знаний
5. лидеров
6. технологий

Вопрос 5. (Выберите ТОЛЬКО ОДИН правильный ответ)

Одна из основных компетенций сотрудника XXI века – ориентированность на высокую отдачу и получение высокого уровня вознаграждения

1. да, совершенно верно
2. возможно, да
3. скорее да, чем нет
4. скорее нет, чем да
5. возможно, нет
6. абсолютно, нет

Вопрос 6. (Выберите ТОЛЬКО ОДИН правильный ответ)

Основной фактор, определяющий успех организаций - капитал.

1. да, совершенно верно
2. возможно, да
3. скорее да, чем нет
4. скорее нет, чем да
5. возможно, нет
6. абсолютно, нет

Вопрос 7. (Отметьте ВСЕ правильные ответы (их может быть от 0 до 6))

Компетенция предполагает наличие следующих составляющих:

1. навыков
2. возраста
3. знаний
4. мотивации
5. культуры
6. роста

Вопрос 8. (Отметьте ВСЕ правильные ответы (их может быть от 0 до 6))

Важный элемент и главная задача деятельности менеджера – руководителя, это:

1. приобретение современного оборудования
2. правильное представление структуры персонала
3. использование и распределение ресурсов
4. знание нескольких иностранных языков

5. приобретение финансовых ресурсов
6. создание команды, способной приносить прибыль

Вопрос 9. (Отметьте ВСЕ правильные вопросы (их может быть от 0 до 6))

Метод развития персонала включает в себя:

1. отбор
2. обучение
3. система социальных льгот
1. планирование карьеры
2. система материального и морального стимулирования
3. создание кадрового резерва

Вопрос 10. (Выберите ТОЛЬКО ОДИН правильный ответ)

Смысл управления персоналом - это

1. получение большой прибыли малыми расходами
2. достижение больших удач малым количеством персонала
3. достижение целей организации

Вопрос 11. (Отметьте ВСЕ правильные вопросы (их может быть от 0 до 5))

Слово парадигма - означает

1. парад
2. пара
1. модель, образец, пример
2. пар
3. система понятий

Вопрос 12. (Отметьте ВСЕ правильные ответы (их может быть от 0 до 4))

“Завтрашний день” управления персоналом ведет к:

1. свободным отношениям
2. сотрудничеству с персоналом
3. партнерству
1. разностороннему развитию

Вопрос 13. (Отметьте ВСЕ правильные ответы (их может быть от 0 до 6))

Основными элементами традиционной системы управления персоналом являются:

1. отношения начальник – подчиненный , как основные отношения в организации
2. полное использование возможностей работников
3. направление сил работников к исполнению миссии
4. иерархическая структура организации

Вопрос 14. (Отметьте ВСЕ правильные ответы (их может быть от 0 до 6))

Для организаций XXI века основными тенденциями внешней среды являются

1. сверхразвитие экономики
2. комплексное управление качеством
3. глобализация экономики
4. диверсификация рабочей силы

5. информатизация
6. этика

Вопрос 15. (Отметьте ВСЕ правильные ответы (их может быть от 0 до 6))

Смысл современного подхода к управлению персоналом заключается в переходе от вопроса:

1. “каким должен быть работник ” к вопросу “ что должен делать работник”?
2. “сколько получает” к вопросу “сколько бы захотел получить”?
3. “что должен делать работник” к вопросу ““каким должен быть работник”?”
4. “сколько дней отдыхает работник” к вопросу “сколько бы захотел отдыхать”?

Вопрос 16. (Отметьте ВСЕ правильные ответы (их может быть от 0 до 4))

Современная система управления персоналом строится в виде:

1. 2-х уровней;
2. 8-и уровней
3. 6-и уровней
4. 4-х уровней

Вопрос 17 (Выберите ТОЛЬКО ОДИН правильный ответ)

Питер Друкер в своей книге писал :“ Людьми_____ управлять!.

Задача_____людей”.

1. не нужно / обучать
1. нужно / мотивировать
2. не надо / направлять
3. нужно / объединить
5. не следует / понимать
6. нельзя / изучать

Вопрос 18. (Отметьте ВСЕ правильные ответы (их может быть от 0 до 5))

Метод подбора персонала включает в себя:

1. аттестация
2. система материального и морального стимулирования
3. набор
4. выбор
5. адаптация
1. нацеленность

Вопрос 19. (Отметьте ВСЕ правильные ответы (их может быть от 0 до 3))

Базисными компетенциями XXI века являются:

1. ориентированность на изменения, нацеленность на результат
2. эффект парадигмы
3. постоянное рационализаторство
1. эффективное взаимодействие и сотрудничество
2. ориентированность на потребности клиентов
3. нацеленность на результат

Вопрос 20. (Отметьте ВСЕ правильные ответы (их может быть от 0 до 5))

Тенденции, характеризующие развитие организаций:

1. сдвиг от производства продуктов к предоставлению услуг
2. горизонтальное разделение труда заменяется вертикальным
3. на смену неквалифицированным рабочим идут рабочие -интеллектуалы
4. вертикальное разделение труда заменяется горизонтальным
5. сдвиг от предоставления услуг к производству продуктов

5. Методический блок

5.1. Методика преподавания, обоснование выбора данной методики

Преподавание учебной дисциплины строится на сочетании лекций, практических, семинарских, а также самостоятельной работы магистрантов.

На лекциях излагаются наиболее сложные вопросы содержания дисциплины.

Лекции проводятся в интерактивной форме с участием студентов в обсуждении, обеспечением «обратной связи» между преподавателем и магистрантами.

5.2. Методические рекомендации для магистрантов

Рабочей программой дисциплины предусмотрена самостоятельная работа магистрантов, что проводится с целью углубления знаний по дисциплине и предусматривает:

- изучение и усвоение лекционного материала,
- подготовку к контрольным работам и тестам,
- изучение дополнительной литературы по разделам, указанным лектором,
- подготовку к практическим занятиям,
- работу с Интернет – ресурсами,
- подготовку к итоговому контролю

5.2.1. Методические указания по организации самостоятельной работы студентов при изучении конкретной дисциплины

Материал, законспектированный на лекциях, необходимо регулярно дополнять сведениями из литературных источников. При самостоятельной работе следует прочитать рекомендованную литературу и при необходимости составить краткий конспект основных положений, терминов, сведений, требующих запоминания и являющихся основополагающими в этой теме и для освоения последующих разделов курса. Для расширения знаний по дисциплине рекомендуется использовать интернет – ресурсы