

# ГОУ ВПО Российско-Армянский (Славянский) университет



Утверждено

Директор Института

Маркрян К.В.

« 19 » июня 2024, протокол № 12

## УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЙ КОМПЛЕКС ДИСЦИПЛИНЫ

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

Автор (ы) к. э. н., доцент Мантарлян Степан Карпетович  
*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. 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.

### **1.2. 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;

### **1.1. Результаты освоения программы дисциплины:**

<b>Код компетенции</b> (в соответствии рабочим с учебным планом)	<b>Наименование компетенции</b> (в соответствии рабочим с учебным планом)	<b>Код индикатора достижения компетенций</b> (в соответствии рабочим с учебным планом)	<b>Наименование индикатора достижений компетенций</b> (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

			<p>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</p>
		УК – 4.3	<p>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.</p>
УК – 5	Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе	УК – 5.1	Знать предмет и основные концепции современной

	<p>межкультурного взаимодействия</p>		<p>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.</p>
		<p>УК – 5.2</p>	<p>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.</p>
		<p>УК-5.3</p>	<p>Владеть способностью и готовностью ориентироваться в предмете и основных концепциях современной философии</p>

			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



			<p>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;</p>
		ПК-1.3	<p>Владеет технологией подготовки и редактирования медиатекстов; программными и техническими средствами подготовки и редактирования медиатекстов; технологией распространения медиатекстов с помощью различных технологических каналов</p>
ПК – 2	Способен организовать работу и руководить подразделением (предприятием) в сфере рекламы и связей с общественностью	ПК – 2.1	<p>Знает теорию и технологии менеджмента; нормативноправовую документацию, регламентирующую медиасреду; особенности организации планирования, учета и отчетности, статистические показатели деятельности;</p>
		ПК – 2.2	Умеет принимать

			<p>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</p>
		ПК – 2.3	<p>Владеет современными методами менеджмента профессиональной деятельности в медиасфере; методами статистического анализа деятельности в медиaprостранстве;</p>
ПК-3	<p>Способен осуществлять проектно-аналитическую деятельность с учетом специфики профессиональной сферы, проводить научное исследование в сфере рекламы и связей с общественностью</p>	ПК-3.1	<p>Знает теорию и технологии маркетинга; особенности разработки и реализации комплекса маркетинга в традиционной и электронной среде; методы качественного и количественного анализа</p>
		ПК-3.2	<p>Умеет использовать</p>

			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 – 360; Кредиты – 10;  
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>—</u> сем	<u>—</u> сем.	<u>—</u> сем	<u>—</u> сем.
1	2	3	4	5	6	7	8
<b>1. Общая трудоемкость изучения дисциплины по семестрам, в т. ч.:</b>							
1.1. Аудиторные занятия, в т. ч.:							
1.1.1. Лекции							
1.1.2. Практические занятия, в т. ч.	<b>96</b>						
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.:	<b>237</b>						
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	Экзамен				

### 2.2.1. Объем дисциплины и виды учебной работы

Вид занятий и контроля	Очная форма обучения	
	1 семестр	2 семестр
Всего часов	36	72
Лекции	18	36
Семинарские занятия	18	36
Итоговый контроль	Зачёт	Экзамен

### 2.2.2. Распределение объёма дисциплины по темам и видам учебной работы

лекции (Л), семинарские занятия (СЗ),

№ п/п	Наименование тем	Очная форма обучения			
		Полный курс		Сокращённый курс	
		Л	СЗ	Л	СЗ
	Наименование темы				
1.	Тема 1 Эффективное управление персоналом организации	2	2	4	4
2.	Тема 2 Корпоративная культура. Миссия и цели организации	2	2	2	2
3	Тема 3 Организационные структуры и персонал Профессии в рекламном бизнесе	2	2	4	4
4.	Тема 4 Набор персонала	2	2	4	4
5.	Тема 5 Отбор персонала	2	2	4	4
6.	Тема 6 Оценка персонала	2	2	2	2
7.	Тема 7 Развитие персонала	2	2	8	8
8.	Тема 8 Мотивирование персонала	2	2	4	4

9.	Тема 9 Основные показатели эффективности кадровой деятельности рекламного агентства	2	2	4	4
	ИТОГО	18	18	36	36

### 1.1.1. 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)	Семинары (ак. часов)	Лабор. (ак. часов)	Другие виды занятий (ак. часов)
<b>1</b>			<b>48</b>	<b>48</b>		
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		

### 2.2.3 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? Теория 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

## 2.4. Распределение весов по формам контроля

Вид учебной работы/контроля	Вес формы текущего контроля в результирующей оценке текущего контроля			Вес формы промежуточного контроля и результирующей оценки текущего контроля в итоговой оценке промежуточного контроля			Вес итоговых оценок промежуточных контролей в результирующей оценке промежуточного контроля	Вес оценки результирующей оценки промежуточных контролей и оценки итогового контроля в результирующей оценке итогового контроля
	M1 <sup>1</sup>	M2	M3	M1	M2	M3		
Активность во время семинара								0,6
Вес результирующей оценки текущего контроля в итоговых оценках промежуточных контролей								
Вес результирующей оценки промежуточных контролей в результирующей оценке итогового контроля								0,6
Зачет / Экзамен (оценка итогового контроля)								0,4
	$\Sigma = 1$	$\Sigma = 1$	$\Sigma = 1$	$\Sigma = 1$	$\Sigma = 1$	$\Sigma = 1$	$\Sigma = 1$	1,0

### 3. Теоретический блок

#### 3.1. Материалы по теоретической части курса

##### 3.1.1. Учебник(и)

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](http://www.mhr.ru); [www.e-xecutive.ru](http://www.e-xecutive.ru); [www.cfin.ru](http://www.cfin.ru); [www.hrc.ru](http://www.hrc.ru); [www.hrm.ru](http://www.hrm.ru); [www.training.ru](http://www.training.ru); [www.aup.ru](http://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.consulting.ru); <http://www.ptpu.ru>; <http://www.emd.ru>; <http://www.superclub.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 ххi 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 рекруитмента.
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 / об’единить
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