

АННОТАЦИЯ
РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ
«Маркетинг персонала»
по направлению 38.03.03 «Управление персоналом»,
профиль «Кадровый консалтинг»

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цели освоения дисциплины

Углубленное изучение теоретических основ и методических аспектов маркетинга персонала в организации в РФ и зарубежом, понимание его сущности, основных задач и тенденций развития, а также возможностей практического использования теоретических знаний при организации и планировании процесса маркетинга персонала в современных экономических условиях. При изучении практических аспектов маркетинга персонала особое внимание уделяется углубленному изучению подходов к организации процесса управления маркетинга персонала, к инструментам маркетинга персонала, изучению положительного опыта внедрения маркетинга персонала в организации.

Задачи освоения дисциплины:

- получение представления о сущности маркетингового подхода в управлении персоналом, о содержании концепции маркетинга персонала в России и зарубежом;
- получение знаний и развитие навыков по сбору комплекса маркетинговой информации в области управления персоналом организации;
- получение представления о принципах формирования маркетинговой инфраструктуры в управлении персоналом;
- получение знаний о содержании и применении маркетинга персонала в условиях современного состояния рынка труда;
 - формирования практических навыков расчета требуемой численности сотрудников в организации, разработки программ по привлечению требуемого персонала и т.д.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина Б.1.Б.28 «Маркетинг персонала» входит в базовую часть учебного плана и читается на 3 курсе в 6 семестре. До изучения данной дисциплины студент должен освоить содержание предшествующих дисциплин: «Кадровая и социальная политика организации» (ОК-7, ОПК-4, ПК-6, ПК-29, ПК-33), «Современные проблемы менеджмента» (ПК-33, ПК-37), «Психологические основы управления персоналом» (ОПК-7, ПК-4, ПК-6, ПК-33).

Дисциплина ориентирована на формирование знаний, умений и навыков, обеспечивающих организацию на необходимом и достаточном уровне человеческими ресурсами на условиях эффективности относительно реализации коммерческих целей организации и клиенториентированности на рынке труда.

В рамках изучения данной дисциплины должны быть сформированы следующие компетенции: ОК-3, ОПК-1, ОПК-5, ПК-2, ПК-16.

Результаты освоения дисциплины будут необходимы для дальнейшего процесса обучения при изучении последующих дисциплин – «Кадровое планирование и технологии рекрутмента», «Кадровый аудит», «Инновационный менеджмент в управлении персоналом».

3. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОСНОВЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Код и наименование реализуемой компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с индикаторами достижения компетенций
<p>ОК-3- способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности</p>	<p>Знать: сущность, содержание и ключевые принципы современной концепции маркетинга персонала,</p> <p>Уметь: принимать решения в области формирования стратегии маркетинга персонала организации.</p> <p>Владеть: понятийным аппаратом маркетинговой теории маркетинга персонала как экономической науки.</p>
<p>ОПК-1- знанием основ современной философии и концепций управления персоналом, сущности и задач, закономерностей, принципов и методов управления персоналом, умение применять теоретические положения в практике управления персоналом организации</p>	<p>Знать: специфику маркетинговой концепции в управлении персоналом, содержание информационной и коммуникационной функции маркетинга персонала,</p> <p>Уметь: выделять ключевые преимущества организации, основанные на компетенции персонала,</p> <p>Владеть: навыками составления маркетинговых программ в области маркетинга персонала.</p>
<p>ОПК-5- способностью анализировать результаты исследований в контексте целей и задач своей организации</p>	<p>Знать: результаты новейших теоретических исследований по проблемам маркетинга персонала в организации, публикуемых в российских и зарубежных профессиональных журналах.</p> <p>Уметь: принимать решения в области формирования маркетинговых стратегий организации.</p> <p>Владеть: инструментарием анализа рынка труда в интересах осуществления эффективной деятельности в области маркетинга персонала в управлении персоналом</p>
<p>ПК-2 - знанием основ кадрового планирования и контроллинга, основ маркетинга персонала, разработки и реализации стратегии привлечения персонала и умением применять их на практике</p>	<p>Знать: основы компетентностного подхода в управлении персоналом, содержание процедуры найма персонала в организацию,</p> <p>Уметь: определять маркетинговую инфраструктуру управления персоналом,</p> <p>Владеть: навыками разработки программ по формированию положительного имиджа на рынке труда</p>
<p>ПК-16 - владением навыками анализа и мониторинга конкурентоспособности</p>	<p>Знать: содержание и работу информационной и коммуникационной функций маркетинга персонала,</p> <p>Уметь: принимать решения в области формирования маркетинговых</p>

стратегии организации в области подбора и привлечения персонала и умением применять их на практике	стратегий организации, осуществлять конкурентоспособности организации на всех видах рынков труда. Владеть: навыками разработки программ по привлечению необходимых организации сотрудников, методикой оценки эффективности управления персоналом в организации.
----------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

4. ОБЩАЯ ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Объем дисциплины в зачетных единицах (всего) – 4

4.2. по видам учебной работы (в часах) – 144 часа

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единицы (144 часа).

5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В ходе изучения дисциплины используются как традиционные методы и формы обучения (лекции, в т.ч. с элементами проблемного изложения, практические занятия, самостоятельная работа), так и интерактивные формы проведения занятий (дискуссии, деловые игры, решение ситуационных задач и др.).

При организации самостоятельной работы используются следующие образовательные технологии: самостоятельная работа, сопряженная с основными аудиторными занятиями (проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины); подготовка к тестированию; самостоятельная работа под контролем преподавателя в форме плановых консультаций, творческих контактов, сдаче экзамена; внеаудиторная самостоятельная работа при выполнении студентом домашних заданий учебного и творческого характера.

6. КОНТРОЛЬ УСПЕВАЕМОСТИ

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды текущего контроля: тестирование, выполнение заданий.

Промежуточная аттестация проводится в форме: **экзамен.**