

Аннотация по дисциплине

Б1.Б.17 «Маркетинг персонала»

Объем трудоемкости: 2 зачетные единицы (72 часа, из них – 10,2 часов контактной работы; лекций 4ч., практических 6ч., 58 часов самостоятельной работы; ИКР 0,2; контроль 3,8)

1 Цели и задачи изучения дисциплины (модуля).

1.1 Цель освоения дисциплины.

Целью дисциплины «Маркетинг персонала» является подготовка студентов к самостоятельному принятию стратегических и тактических (оперативных) решений, затрагивающих различные аспекты перспективной маркетинговой деятельности предприятий в аспекте управления персоналом; овладение принципами и методами маркетингового анализа персонала организации в рамках понимания процесса управления персоналом.

1.2 Задачи дисциплины:

- изучить функции и технологии маркетинга персонала;
- изучить основы правовых знаний в различных сферах деятельности;
- получить практические навыки основ кадрового планирования и контроллинга, основ маркетинга персонала, разработки и реализации стратегии привлечения персонала и умение применять их на практике;
- овладеть навыками анализа и мониторинга конкурентоспособности стратегии организации в области подбора и привлечения персонала и умением применять их на практике.

1.3 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина «Маркетинг персонала» относится к базовой части Блока 1 «Дисциплины (модули)» учебного плана подготовки по направлению 38.03.03 «Управление персоналом» профилю «Общий профиль (Управление персоналом)» образовательной программы бакалавриата.

В методическом плане дисциплина опирается на знания, полученные при изучении следующих учебных курсов: «Экономическая теория», «Психология», расширяет знания по таким дисциплинам, как: «Экономика предприятия», «Рынок труда», «Статистика».

Также дисциплина «Маркетинг персонала» находится в неразрывной логической связи с такими дисциплинами, как: «Организационное поведение», «Подбор персонала», «Основы кадровой политики и кадрового менеджмента», «Организация трудоустройства выпускников» и проч.

1.4 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся общекультурных/профессиональных компетенций (ОК-4; ПК – 2; ПК – 16;)

№ п. п.	Индекс компете нции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
1.	ОК-4	способностью использовать основы правовых знаний в различных сферах деятельности	базовые аспекты права, понятие и сущность нормативных актов	анализировать правовую информацию	элементарным и навыками работы с нормативным и актами

№ п. п.	Индекс компете нции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
2.	ПК - 2	знанием основ кадрового планирования и контроллинга, основ маркетинга персонала, разработки и реализации стратегии привлечения персонала и умение применять их на практике	основные нормативные правовые документы; сущность и основные характеристики рынка труда; содержание маркетинговой концепции управления и ее применение в управлении персоналом	оценивать экономическую эффективность деятельности организации использовать правовые нормы в профессиональн ой и общественной деятельности; оценивать положение организации на рынке труда, разрабатывать систему мероприятий по улучшению имиджа организации как работодателя	методами разработки и реализации маркетинговы х программ в управлении персоналом;
	ПК - 16	владением навыками анализа и мониторинга конкурентоспособно сти стратегии организации в области подбора и привлечения персонала и умением применять их на практике	современную систему управления персоналом и обеспечения конкурентоспо собности; специфику организации маркетинговой деятельности на предприятиях различных сфер деятельности;	принимать участие в разработке инвестиционных проектов, направленных на совершенствова ние системы и технологий управления персоналом и проводить их оценку;	методами реализации основных управленческ их функций в сфере управления персоналом; математическ ими , статистически ми и количественн ыми методами решения типовых;

2. Структура и содержание дисциплины

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов			
		Всего	Аудиторная работа		СРС
			Л	ПЗ	
1	2	3	4	5	6
1.	Маркетинг персонала: подходы к определению, принципы, уровни и виды	16	1	1	14
2.	Эволюция, функции маркетинга персонала	16	1	1	14
3.	Имидж организации и его использование в маркетинге персонала	17	1	2	14
4.	Информационная, коммуникативная и ценовая функции маркетинга персонала	19	1	2	16
	Итого		4	6	58

Основная литература:

Основная литература:

1. Патласов. О.П. Маркетинг персонала [Текст] : учебник для студентов вузов, обучающихся по направлению подготовки "Управление персоналом" (квалификация (степень) "бакалавр") / О. Ю. Патласов. - Москва : Дашков и К°, 2016. - 383 с. : ил. - (Учебные издания для бакалавров). - Библиогр.: с. 381-383. - ISBN 9785394023545 : 348.48.

2. Протасов В.Ф. Анализ деятельности предприятия (фирмы) производство, экономика, финансы, инвестиции, маркетинг, оценка персонала [Текст] : учебное пособие для студентов вузов / В. Ф. Протасов, А. В. Протасова. - 2-е изд., перераб. и доп. - М. : Финансы и статистика, 2015. - 521 с. : ил. - Библиогр. : с. 519-521. - ISBN 5279027693 : 318 р.

3. Пугачёв В.П. Планирование персонала организации [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Пугачёв В.П.– Электрон. текстовые данные.– М.: Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, 2014 – 236 с.– Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/13151>.– ЭБС «IPRbooks», по паролю

Автор РПД: Миронова И.И.