

## АННОТАЦИЯ

дисциплины Б1.В.ДВ.09.02 «Маркетинг персонала»

**Объем трудоемкости:** 3 зачетные единицы (108 часов, из них – 14 часов аудиторной нагрузки: лекционных 4 час., практических 10 час.; КРП 0,2 час.; ИКР 0,3 час.; 84,8 часа самостоятельной работы, 8,7 часов контроль)

### Цель дисциплины:

**Цель дисциплины** усвоение базовых принципов научного управления социальными процессами в организациях.

### Задачи дисциплины:

– приобретение научного представления о характере связи между экономическими, производственными и собственно социальными процессами, об исторических тенденциях в изменении социально-трудовых отношений.

– изучение особенностей развития социально-трудовых отношений и их функционирования в условиях рыночной экономики;

– определением роли социальных факторов в успешной деятельности и общем развитии организации;

– усвоение научных представлений об особенностях современного состояния социальной сферы российской экономики и существующих подходах к управлению соответствующими процессами на уровне организаций.

### Место дисциплины в структуре ООП ВО

"Маркетинг персонала" является дисциплиной по выбору ФГОС ВО бакалавриата (Б1.В.ДВ.09.01) по направлению подготовки 38.03.02 "Менеджмент", направленность (профиль) Управление человеческими ресурсами. Эта дисциплина логически и содержательно-методически взаимосвязана с другими частями ООП, обеспечивает преемственность и гармонизацию освоения курса.

Рабочая программа дисциплины "Маркетинг персонала" предназначена для студентов четвертого курса экономического факультета и соответствует компетентностному подходу в образовании.

Для освоения дисциплины "Маркетинг персонала" студенты должны владеть знаниями, умениями, навыками и компетенциями, приобретенными в результате изучения таких предшествующих дисциплин, как: "Деловые коммуникации", "Корпоративная социальная ответственность", "Методы принятия управленческих решений", "Теория организации", "Организационное поведение", "Организационная культура".

Дисциплина "Маркетинг персонала" позволяет эффективно формировать профессиональные компетенции, способствует всестороннему развитию личности студентов и гарантирует качество их подготовки.

Знания, умения, навыки и компетенции, полученные студентами в результате освоения данной дисциплины, необходимы для освоения ряда других частей ООП: и др.

Предполагается, что по завершении курса студенты смогут читать современную экономическую литературу, писать рефераты и исследовательские работы по соответствующей курсу тематике.

### Требования к уровню освоения дисциплины

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся профессиональных компетенций: ПК-2.

№ п.п.	Индекс компет енции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
1.	ПК-2	владением различными способами разрешения конфликтных	современные технологии управления персоналом	проектировать межличностные, групповые и организационны	различными способами разрешения конфликтных

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
		ситуаций при проектировании межличностных, групповых и организационных коммуникаций на основе современных технологий управления персоналом, в том числе в межкультурной среде		е коммуникаций	ситуаций

**Основные разделы дисциплины:**

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Самостоятельная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	2	3	4	5	6	7
1.	Маркетинг персонала: подходы к определению, принципы, уровни и виды	14	2		-	12
2.	Эволюция маркетинга персонала	14	2			12
3.	Функции маркетинга персонала	14		2		12
4.	Технология маркетинга персонала	14		2		12
5.	Аналитическое и организационно-экономическое обоснование маркетинга персонала	14		2		12
6.	Влияние на организацию социальной политики государства	14		2		12
7.	Создание благоприятных условий для труда, быта и досуга работников, повышение качества их трудовой жизни	14,8		2		12,8
<i>Итого по дисциплине:</i>		<b>98,8</b>	<b>4</b>	<b>10</b>		<b>84,8</b>

**Курсовые работы:** *не предусмотрены*

**Форма проведения аттестации по дисциплине:** *экзамен*

**Основная литература:**

1. Патласов, О.Ю. Маркетинг персонала : учебник / О.Ю. Патласов. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 384 с. : табл., граф., схем., ил. - (Учебные издания для бакалавров). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-02354-5 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=452888>.

2. Маркетинг персонала : практикум / Министерство образования и науки Российской Федерации, Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Северо-Кавказский федеральный университет» ; авт.-сост. С.Н. Калюгина, И.П. Савченко и др. - Ставрополь : СКФУ, 2016. - 127 с. ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=459089>.

Автор (ы) Мукучян Р.Р.  
Ф.И.О.