

АННОТАЦИЯ
к рабочей программе дисциплины
Б1.0.15 «МАРКЕТИНГОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В УПРАВЛЕНИИ
ПЕРСОНАЛОМ»

Объем трудоемкости: 4 зачетные единицы (144 часа).

Целью дисциплины Б1.0.15 «Маркетинговые технологии в управлении персоналом» является формирование у студентов системных знаний по вопросам сущности маркетинга и технологии маркетинга персонала, организации деятельности службы персонала с учетом маркетингового подхода для подготовки специалиста – менеджера по персоналу, ориентирующегося в ситуации на рынке труда и умеющего использовать технологию маркетинга персонала в условиях конкретных организаций; 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.

Воспитательная цель – развитие личности гражданина, ориентированной на традиционные культурные, духовные и нравственные ценности российского общества, способной к активной социальной адаптации в обществе и самостоятельному жизненному выбору, к началу трудовой деятельности и продолжению профессионального образования, к самообразованию и самосовершенствованию.

Задачи дисциплины:

- изучить функции и маркетинговые технологии в управлении персоналом;
- получить практические навыки основ кадрового планирования и контроллинга, основ маркетинговых технологий в управлении персоналом, 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.

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина» Б1.0.15 «Маркетинговые технологии в управлении персоналом» относится к обязательной части Блока 1 «Дисциплины (модули)» учебного плана подготовки по направлению 38.03.03 «Управление персоналом» профилю «Развитие и оценка персонала» образовательной программы бакалавриата.

В методическом плане дисциплина опирается на знания, полученные при изучении следующих учебных курсов: «Экономика», «Психология», расширяет знания по таким дисциплинам, как: «Бизнес-планирование в управлении персоналом», «Основы кадровой политики и кадрового планирования», «Основы управления персоналом». Также дисциплина «Маркетинговые технологии в управлении персоналом» находится в неразрывной логической связи с такими дисциплинами, как: «Бюджетирование затрат на персонал», «Подбор персонала», «Информационные технологии и анализ данных в управлении персоналом», «Управление карьерой персонала», «Работа с кадровым резервом организации».

Требования к результатам освоения содержания дисциплины

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

Код и наименование индикатора достижения	Результаты обучения по дисциплине
ОПК-1. Способен применять знания (на промежуточном уровне) экономической, организационной, управленческой, социологической и психологической теорий, российского законодательства в части работы с персоналом при решении профессиональных задач	
ОПК-1.1 Понимает основы экономической, организационной, управленческой, социологической и психологической наук в объеме, необходимом для успешного решения задач профессиональной деятельности.	Определяет основы экономической, организационной, управленческой, социологической и психологической наук в объеме, необходимом для успешного решения задач профессиональной деятельности.
	Применяет основы экономической, организационной, управленческой, социологической и психологической наук в объеме, необходимом для успешного решения задач профессиональной деятельности.
	Анализирует вопросы экономической, организационной, управленческой, социологической и психологической наук в объеме, необходимом для успешного решения задач профессиональной деятельности.
ОПК-1.3 Формулирует профессиональные задачи, используя категориальный аппарат экономической, организационной, управленческой, социологической и психологических наук.	Понимает профессиональные задачи, используя категориальный аппарат экономической, организационной, управленческой, социологической и психологических наук.
	Определяет профессиональные задачи, используя категориальный аппарат экономической, организационной, управленческой, социологической и психологических наук.
	Контролирует результаты формулирования профессиональных задач, используя категориальный аппарат экономической, организационной, управленческой, социологической и психологических наук.
ОПК-1.4 Корректно использует инструментарий экономической, организационной, управленческой, социологической и психологической наук при решении профессиональных задач.	Определяет инструментарий экономической, организационной, управленческой, социологической и психологической наук при решении профессиональных задач.
	Корректно использует современные технологии экономической, организационной, управленческой, социологической и психологической наук при решении профессиональных задач.
	Выявляет проблемы при использовании инструментария экономической, организационной, управленческой, социологической и психологической наук при решении профессиональных задач.

Основные разделы дисциплины:

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.

Разделы (темы) дисциплины, изучаемые на третьем курсе (ОФО).

№	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Контактная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	2	3	4	5	6	7
1.	Маркетинг персонала: подходы к определению, принципы, уровни и виды.	18	2	4	-	12
2.	Эволюция маркетинга персонала.	18	2	4	-	12
3.	Функции маркетинга персонала.	18	2	4	-	12
4.	Технология маркетинга персонала.	34	4	8	-	22
5.	Имидж организации и его использование в маркетинге персонала.	34	4	8	-	22
6.	Информационная, коммуникативная и ценовая функции маркетинга персонала.	17,8	2	4	-	11,8
	ИТОГО по разделам дисциплины:	139,8	16	32		91,8
	Контроль самостоятельной работы (КСР)	4	-	-	-	-
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,2	-	-	-	-
	Контроль	-	-	-	-	-
	Общая трудоемкость по дисциплине	144	-	-	-	-

Примечание: Л – лекции, ПЗ – практические занятия / семинары, ЛР – лабораторные занятия, СРС – самостоятельная работа студента.

Курсовые работы: не предусмотрены

Форма проведения аттестации по дисциплине: зачет на 3 курсе в пятом семестре.

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.

Разделы (темы) дисциплины, изучаемые на третьем курсе (О-ЗФО).

№	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Контактная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	2	3	4	5	6	7
1.	Маркетинг персонала: подходы к определению, принципы, уровни и виды.	18	2	-	-	16
2.	Эволюция маркетинга персонала.	18	2	2	-	14
3.	Функции маркетинга персонала.	18	2	2	-	14
4.	Технология маркетинга персонала.	34	2	2	-	30
5.	Имидж организации и его использование в маркетинге персонала.	34	2	2	-	30
6.	Информационная, коммуникативная и ценовая функции маркетинга персонала.	17,8	2	2	-	13,8
	ИТОГО по разделам дисциплины:	139,8	12	10		117,8

	Контроль самостоятельной работы (КСР)	4	-	-	-	-
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,2	-	-	-	-
	Контроль	-	-	-	-	-
	Общая трудоемкость по дисциплине	144	-	-	-	-

Примечание: Л – лекции, ПЗ – практические занятия / семинары, ЛР – лабораторные занятия, СРС – самостоятельная работа студента.

Курсовые работы: *не предусмотрены*

Форма проведения аттестации по дисциплине: *зачет на 3 курсе в пятом семестре.*

Автор: к.экон.наук, доцент Вильчинская О.В.