

«Б1.О.15 Маркетинговые технологии в управлении персоналом»

Объем трудоемкости: 4 зачетные единицы

Цель дисциплины: получение знаний по функционированию внешней и внутренней маркетинговой (в области персонала) среды организации, а также использование различных маркетинговых концепций на этапах развития маркетинга персонала

Задачи дисциплины:

- изучить функции и технологии маркетинга персонала;
- изучить нормативно-правовые оснований маркетинга персонала в организации;
- получить практические навыки маркетинга персонала в организации и подготовке рекомендаций по совершенствованию системы управления персоналом экономического субъекта;
- развивать профессионально важные качества и способности будущего менеджера по персоналу.

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Маркетинговые технологии в управлении персоналом» относится к обязательной части Блока 1 «Дисциплины (модули)» учебного плана.

Требования к уровню освоения дисциплины

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

Код и наименование индикатора* достижения компетенции	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	Знает методы использования статистических показателей при формировании организационных структур государственного и муниципального управления, обеспечивающих устойчивое развитие.
	Умеет применять методы количественного и качественного анализа при оценке состояния экономической, социальной, политической среды для успешного решения задач профессиональной деятельности.
	Владеет навыками сбора и анализа исходных данных, необходимых для расчета экономических и социально-экономических показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов.
ОПК-1.3 Формулирует профессиональные задачи, используя категориальный аппарат	Знает базовые категории экономической, организационной, управленческой, социологической и психологических наук

Код и наименование индикатора* достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
экономической, организационной, управленческой, социологической и психологических наук	Умеет применять категории экономической, организационной, управленческой, социологической и психологических наук для формулирования и решения задач в профессиональной сфере
	Владеет навыками 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.

Содержание дисциплины:

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.
Разделы дисциплины, изучаемые на 3 курсе (очная форма)

Номер раздела	Наименование разделов	Трудоемкость в часах			
		Всего	Аудиторная работа		Внеауд. работа
			Л	ПЗ	
1	Тема 1. Маркетинг персонала: подходы к определению, принципы, уровни и виды	26	4	4	18
2	Тема 2. Функции маркетинга персонала	30	4	8	18
3	Тема 3. Технология маркетинга персонала	30	4	8	18
4	Тема 4. Имидж организации и его использование в маркетинге персонала	26	2	6	18

5	Тема 5. Информационная, коммуникативная и ценовая функции маркетинга персонала	27,8	2	6	19,8
	<i>Итого</i>		16	32	91,8
	Контроль самостоятельной работы (КСР)	4			
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,2			
	Общая трудоемкость по дисциплине	144			

Разделы дисциплины, изучаемые на 3 курсе (очно-заочная форма)

Номер раздела	Наименование разделов	Трудоемкость в часах			
		Всего	Аудиторная работа		Внеауд. работа СРС
			Л	ПЗ	
1	Тема 1. Маркетинг персонала: подходы к определению, принципы, уровни и виды	30	4	2	24
2	Тема 2. Функции маркетинга персонала	28	2	2	24
3	Тема 3. Технология маркетинга персонала	28	2	2	24
4	Тема 4. Имидж организации и его использование в маркетинге персонала	28	2	2	24
5	Тема 5. Информационная, коммуникативная и ценовая функции маркетинга персонала	25,8	2	2	21,8
	<i>Итого</i>		12	10	117,8
	Контроль самостоятельной работы (КСР)	4			
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,2			
	Общая трудоемкость по дисциплине	144			

Курсовые работы: не предусмотрены.

Форма проведения аттестации по дисциплине: зачет.

Автор: Новикова Е.Н., канд. экон. наук, ст. преподаватель, кафедры экономики и менеджмента.