

1. Цели и задачи изучения дисциплины (модуля)

1.1 Цель освоения дисциплины заключается в формировании у обучающихся системного представления о HR-маркетинге, ориентированном на развитие внешнего бренда компании, и организация рекрутмента внутри компании как эффективной сферы бизнеса для формирования процессов лояльности.

1.2 Задачи дисциплины

формирование знаний и основных теоретических положений, концепций, методологических подходов, определяющих структуру и логику HR -маркетинга, как системы, удовлетворяющей высокой узнаваемости бренда.

проведение в HR-маркетинге для определения целевой аудитории, построение маркетинговых связей с потенциальными кандидатами через новые каналы коммуникаций;

формирование умений для реализации функций и инструментов HR-маркетинга;

изучение методов сбора, анализа и интерпретации полученной в ходе исследования информации для HR-маркетологов;

развитие навыков применения основных инструментальных средств и технологий сбора, анализа и представления данных исследований формирование знаний методов проведения исследований в области потребности и развития персонала

1.3 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина «HR маркетинг» относится к элективной части Блока обязательных дисциплин "Части, формируемой участниками образовательных отношений» учебного плана. В соответствии с рабочим учебным планом дисциплина изучается на 2 курсе по очной форме обучения. Вид промежуточной аттестации: зачет. Предшествующие дисциплины для изучения данной дисциплины: «Бизнес-модели и стратегическое управление», «Информационно-аналитические системы в менеджменте», «Теория и практика межкультурных коммуникаций», «Теория и методология современного маркетинга», «Организация предпринимательской деятельности и бизнес-планирование», «управление персоналом». Знания, полученные в процессе освоения дисциплины, послужат базой для изучения дисциплин «Управление изменениями в VUCA-мире», «Научно-исследовательский семинар», «Научно-исследовательская работа».

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 следующих компетенций:

Код и наименование индикатора* достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
ИУК-3.1 Понимает и знает особенности формирования и руководства командой	<i>Знает методы разработки</i> продвижения проекта команды в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

Код и наименование индикатора* достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
	<i>Умеет</i> анализировать результаты принятия управленческих решений
	<i>Владеет</i> навыками Формирования команды
ИУК-3.2 Организует работу команды и обеспечивает разработку командной стратегии для выполнения поставленных задач	<i>Знает</i> методы и особенности разработки командной стратегии
	<i>Умеет</i> вычислять экономический эффект от реализации командной стратегии
	<i>Владеет</i> навыками оценки эффективности командной стратегии
ИПК-4.1 Разрабатывает систему мотивации специалистов по интернет- маркетингу	<i>Знает</i> основные методики мотивации персонала по интернет- маркетингу
	<i>Умеет выявлять</i> индивидуальные потребности персонала в мотивации
	<i>Владеет</i> способностями для анализа конъюнктуры рынка рабочей силы
ИПК-4.2 Демонстрирует способность формировать требования к составу и квалификации специалистов по интернет- маркетингу	<i>Знает требования</i> к разработке организационно-правовой документации для специалистов по интернет-маркетингу
	<i>Умеет</i> Проводить аттестацию специалистов маркетингового профиля
	<i>Владеет навыками</i> корректировки стратегии продвижения проектов на рынке трудовых ресурсов
ИПК-4.3 Демонстрирует способность использовать методы и инструменты управления специалистами по интернет-маркетингу и контроля их работы	<i>Знает</i> методы формирования у сотрудников четкого представления о роли их работы в деятельности организации
	<i>Умеет</i> управлять маркетинговым персоналом

Код и наименование индикатора* достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
	<i>Владеет</i> навыками контроля работы маркетингового персонала в цифровой среде

Результаты обучения по дисциплине достигаются в рамках осуществления всех видов контактной и самостоятельной работы обучающихся в соответствии с утвержденным учебным планом.

Индикаторы достижения компетенций считаются сформированными при достижении соответствующих им результатов обучения.

2. Структура и содержание дисциплины

2.1 Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы (108 часов), их распределение по видам работ представлено в таблице

Виды работ	Всего часов	Форма обучения			
		очная		заочная	
		1 семестр (часы)	2 семестр (часы)	1 семестр (часы)	2 семестр (часы)
Контактная работа, в том числе:			24, 2	18	10,3
Аудиторные занятия (всего):			24		
занятия лекционного типа			6		
лабораторные занятия					
практические занятия					
семинарские занятия			18		
Иная контактная работа:			0, 2		
КРП					
Контроль самостоятельной работы (КСР)					
Промежуточная аттестация (ИКР)			0,2		
Самостоятельная работа, в том числе:			83,8		
Курсовая работа/проект (КР/КП) (подготовка)					
Расчётно-графическая работа (РГР) (подготовка)					
Реферат/эссе (подготовка)			23		
Самостоятельное изучение разделов, самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий, подготовка к практическим занятиям и т.д.)			60, 8		
Подготовка к текущему контролю					
Контроль:					
Подготовка к зачету					
Общая трудоемкость	час.		108		
	в том числе контактная работа		24,2		
	зач. ед		2		

2.2 Содержание дисциплины

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины. Разделы (темы) дисциплины, изучаемые во 2 семестре (*очная форма обучения*)

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1.	Особенности HR маркетинга сегмента	14	2	2		10
2.	Модели HR маркетинга.	14	2	2		10
3.	Ключевые факторы успеха в развитии персонала	14	2	2		10
4.	Затраты, потребительская ценность и конкурентные преимущества	24		4		20
5.	Маркетинг- микс в HR маркетинге	24		4		20
6.	Эффективная маркетинговая компания в развитии HR маркетинга.	17,8		4		13,8
	<i>ИТОГО по разделам дисциплины</i>	107,8	6	18		83,8
	Контроль самостоятельной работы (КСР)					
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,2				
	Подготовка к текущему контролю					
	Общая трудоемкость по дисциплине	108				

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

Курсовые работы: не предусмотрены

Форма проведения аттестации по дисциплине: зачет

Автор: д.э.н., профессор Воронина Л.А.