

**АННОТАЦИЯ**  
**к рабочей программе дисциплины**  
**Б1.О.16 «МАРКЕТИНГОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В УПРАВЛЕНИИ**  
**ПЕРСОНАЛОМ»**

**Объем трудоемкости:** 3 зачетные единицы (108 ч.).

**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                                                                                                                                                           |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>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</b> |                                                                                                                                                                                             |
| 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.    | 12               | 2                 | 2  | -  | 8                    |
| 2. | Эволюция маркетинга персонала.                                          | 12               | 2                 | 2  | -  | 8                    |
| 3. | Функции маркетинга персонала.                                           | 12               | 2                 | 2  | -  | 8                    |
| 4. | Технология маркетинга персонала.                                        | 26               | 4                 | 4  | -  | 18                   |
| 5. | Имидж организации и его использование в маркетинге персонала.           | 26               | 4                 | 4  | -  | 18                   |
| 6. | Информационная, коммуникативная и ценовая функции маркетинга персонала. | 15,8             | 2                 | 2  | -  | 11,8                 |
|    | ИТОГО по разделам дисциплины:                                           | 103,8            | 16                | 16 |    | 71,8                 |
|    | 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.