

**Аннотация к рабочей программы дисциплины
Б1.0.16 «Маркетинговые технологии в управлении персоналом»**

Объем трудоемкости: 4 зачетных единиц.

Цель освоения дисциплины.

Целью дисциплины Б1.0.16 «Маркетинговые технологии в управлении персоналом» является 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.

Задачи дисциплины:

- изучить функции и маркетинговые технологии в управлении персоналом;
- получить практические навыки основ кадрового планирования и контроллинга, основ маркетинговые технологии 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 (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина» Б1.0.16 «Маркетинговые технологии в управлении персоналом» относится к базовой 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» и проч.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся общекультурных/профессиональных компетенций (ОПК-1.1; ОПК-1.3; ОПК-1.4)

Код и наименование индикатора*	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
ИОПК-1.1 Понимает основы экономической, организационной, управленческой, социологической и психологической наук в	Определяет основы экономической, организационной, управленческой, социологической и психологической наук в объеме, необходимом для успешного решения задач профессиональной деятельности.

Код и наименование индикатора*	Результаты обучения по дисциплине
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.
ИОПК-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.
ИОПК-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.

2.1 Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 зачетных единиц, 108 часов, их распределение по видам работ представлено в таблице
(для студентов ОФО).

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры (часы)			
		<u>8</u>	—		
Аудиторные занятия (всего)	34,2	34,2			
В том числе:					
Занятия лекционного типа	16	16			
Занятия семинарского типа (семинары, практические занятия)	16	16			
Иная контактная работа:	2,2	2,2			
Контроль самостоятельной работы (КСР)	2	2			
Промежуточная аттестация (ИКР)	0,2	0,2			
Самостоятельная работа (всего)	73,8	73,8			
В том числе:					
<i>Курсовая работа</i>	-	-			
<i>Проработка учебного (теоретического) материала</i>	44	44			
<i>Выполнение индивидуальных заданий (подготовка сообщений, презентаций)</i>	10	10			
<i>Реферат</i>	5,8	5,8			

Эссе					
Подготовка к текущему контролю	12	12			
Промежуточная аттестации (зачет, экзамен)	2	2			
Общая трудоемкость час в том числе контактная работа зач. ед.	108	108			
	34,2	34,2			
	3	3			

2.2 Структура дисциплины:

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.

Разделы дисциплины, изучаемые в 8 семестре (очная форма) на 4 курсе,

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов			
		Всего	Аудиторная работа		СРС
			Л	ПЗ	
1	2	3	4	5	6
1.	Маркетинг персонала: подходы к определению, принципы, уровни и виды	16,8	2	2	12,8
2.	Эволюция маркетинга персонала	16	2	2	12
3.	Функции маркетинга персонала	17	2	2	13
4.	Технология маркетинга персонала	20	4	4	12
5.	Имидж организации и его использование в маркетинге персонала	20	4	4	12
6.	Информационная, коммуникативная и ценовая функции маркетинга персонала	16	2	2	12
<i>ИТОГО по разделам дисциплины</i>		103,8	16	16	73,8
Контроль самостоятельной работы (КСР)		4			-
Промежуточная аттестация (ИКР)		0,2			-
Общая трудоемкость по дисциплине		108			-

Курсовые работы: не предусмотрена.

Форма проведения аттестации по дисциплине: зачет

Автор: канд.экон.наук, доц. – И.И.Миронова