

Аннотация к рабочей программы дисциплины

Б1.В.13 «Маркетинг на рынке труда»

(код и наименование дисциплины)

Объем трудоемкости: 3 зачетных единицы

Цель дисциплины: формирование у обучающихся системных знаний по вопросам сущности маркетинга и технологии маркетинга на рынке труда.

Задачи дисциплины:

- овладение методологией операционного управления персоналом и подразделением организации;
- формирование способности к операционному управлению персоналом и структурным подразделением;
- овладение методологией стратегического управления персоналом организации;
- формирование способности к стратегическому управлению персоналом организации.

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Маркетинг на рынке труда» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 "Дисциплины (модули)" учебного плана. В соответствии с рабочим учебным планом дисциплина изучается на 2 курсе по очной и на 2 курсе по заочной форме обучения. Вид промежуточной аттестации: зачет.

Для ее изучения студенты должны иметь базовые знания по «Методы принятия организационно-управленческих решений», «Кадровая политика организации» в объеме соответствующих ОПОП подготовки магистров по направлению «Управление персоналом». Дисциплина «Маркетинг на рынке труда» является предшествующей в соответствии с учебным планом для таких дисциплин, как: «Стратегическое управление персоналом на основе компетентностного подхода», «Кадровый контроллинг и аудит системы управления персоналом».

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
ПК-2 Способен осуществлять операционное управление персоналом и подразделением организации	
ИПК-2.1 Обладает методологией операционного управления персоналом и подразделением организации	Знает: <ul style="list-style-type: none">- современные технологии управления персоналом;- стратегии привлечения персонала для повышения трудового потенциала организации, имиджа организации; Умеет: <ul style="list-style-type: none">- проектировать межличностные, групповые и организационные коммуникации;- разрабатывать и реализовывать стратегии привлечения персонала, четко формулировать цели и задачи бенчмаркингowego исследования; Трудовое действие: <ul style="list-style-type: none">- обладает навыками анализа конкурентоспособности, стратегии организации в области подбора и привлечения персонала;- обладает методами и инструментами для исследования поведения персонала;
ИПК-2.2. Демонстрирует способность к операционному управлению персоналом и структурным подразделением	Знает: <ul style="list-style-type: none">- современные технологии управления персоналом;- стратегии привлечения персонала для повышения трудового потенциала организации, имиджа организации; Умеет: <ul style="list-style-type: none">- анализировать внешнюю и внутреннюю среду организации, выявлять её ключевые элементы, оценивать их влияние на персонал организации;

	- анализировать потребности в персонале организации и составлять программы подбора и отбора персонала с использованием маркетинговых технологий; Трудовое действие: - пользуется навыками оценки внутренних ресурсов и способностей персонала, - пользуется методами и инструментами для исследования поведения персонала;
ПК-3 Способен осуществлять стратегическое управление персоналом организации	
ИПК-3.1 Обладает методологией стратегического управления персоналом организации	Знает: - методы проведения социологических исследований, изучения общественного мнения; - особенности социологии, психологии и экономики труда Умеет: - вести переговоры по вопросам социального партнерства с представительными органами работников; - применять способы из социологии, психологии и экономики труда Трудовое действие: - обладает анализом успешных корпоративных практик по организации стратегического управления персоналом организации, организационного проектирования и взаимодействия подразделений; - обладает разработкой организационной структуры, планированием потребности в персонале организации
ИПК-3.2 Демонстрирует способность к стратегическому управлению персоналом организации	Знает: - методики планирования и прогнозирования потребности в персонале; - теории и методы формирования бренда организации Умеет: - работать с информационными системами и базами данных по вопросам управления персоналом; - формировать и проводить социальную политику и социальные программы Трудовое действие: - пользуется анализом успешных корпоративных практик по организации стратегического управления персоналом организации, организационного проектирования и взаимодействия подразделений; - пользуется разработкой организационной структуры, планированием потребности в персонале организации

Содержание дисциплины:

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.
Разделы (темы) дисциплины, изучаемые в 3 семестре (*очная форма обучения*)

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1.	Маркетинг на рынке труда: подходы к определению, принципы, уровни и виды	16,8	1	2		13,8
2.	Эволюция маркетинга на рынке труда	19	1	4		14
3.	Функции маркетинга на рынке труда	17	1	2		14
4.	Технология маркетинга на рынке труда	19	1	4		14
5.	Аналитическое и организационно-экономическое обоснование маркетинга на рынке труда	17	1	2		14
6.	Влияние на организацию социальной политики государства	19	1	4		14

	<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				

Разделы (темы) дисциплины, изучаемые на 2 курсе (*заочная форма обучения*)

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа СРС
			Л	ПЗ	ЛР	
1.	Маркетинг на рынке труда: подходы к определению, принципы, уровни и виды	16	1	1		14
2.	Эволюция маркетинга на рынке труда	16	1	1		14
3.	Функции маркетинга на рынке труда	18	1	1		16
4.	Технология маркетинга на рынке труда	18	1	1		16
5.	Аналитическое и организационно-экономическое обоснование маркетинга на рынке труда	18		2		16
6.	Влияние на организацию социальной политики государства	18		2		16
	<i>ИТОГО по разделам дисциплины</i>	104	4	8		92
	Контроль самостоятельной работы (КСР)					
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,2				
	Подготовка к текущему контролю	3,8				
	Общая трудоемкость по дисциплине	108				

Курсовые работы: (*не предусмотрена*)

Форма проведения аттестации по дисциплине: (*зачет*)

Автор Карслиев И.А.