

Аннотация по дисциплине

Б1.Б.17 «Маркетинг персонала»

Объем трудоемкости: 2 зачетные единицы (72 часа, из них – 38,2 часов контактной работы 18ч., практических 18 ч., КСР 2 часа; 33,8 часов самостоятельной работы; ИКР 0,2)

1 Цели и задачи изучения дисциплины (модуля).

1.1 Цель освоения дисциплины.

Целью дисциплины «Маркетинг персонала» 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.

1.2 Задачи дисциплины:

- изучить функции и технологии маркетинга персонала;
- изучить нормативно-правовые основания 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.

1.3 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина «Маркетинг персонала» относится к базовой части Блока 1 «Дисциплины (модули)» учебного плана подготовки по направлению 38.03.03 «Управление персоналом» профилю «Общий профиль (Управление персоналом)» образовательной программы бакалавриата.

В методическом плане дисциплина опирается на знания, полученные при изучении следующих учебных курсов: «Экономическая теория», «Психология», расширяет знания по таким дисциплинам, как: «Экономика предприятия», «Рынок труда», «Статистика».

Также дисциплина «Маркетинг персонала» находится в неразрывной логической связи с такими дисциплинами, как: «Организационное поведение», «Подбор персонала», «Основы кадровой политики и кадрового менеджмента», «Организация трудоустройства выпускников» и проч.

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 общекультурных/профессиональных компетенций (ОК-4; ПК – 2; ПК – 16;)

№ п. п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
1.	ОК-4	способность использовать основы правовых знаний в различных сферах деятельности	базовые аспекты права, понятие и сущность нормативных актов	анализировать правовую информацию	элементарным и навыками работы с нормативным и актами
2.	ПК - 2	знание основ	основные	оценивать	методами

№ п. п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
		кадрового планирования и контроллинга, основ маркетинга персонала, разработки и реализации стратегии привлечения персонала и умение применять их на практике	нормативные правовые документы; сущность и основные характеристики рынка труда; содержание маркетинговой концепции управления и ее применение в управлении персоналом	экономическую эффективность деятельности организации использовать правовые нормы в профессиональной и общественной деятельности; оценивать положение организации на рынке труда, разрабатывать систему мероприятий по улучшению имиджа организации как работодателя	разработки и реализации маркетинговых программ в управлении персоналом;
	ПК - 16	владение навыками анализа и мониторинга конкурентоспособности стратегии организации в области подбора и привлечения персонала и умением применять их на практике	современную систему управления персоналом и обеспечения конкурентоспособности; специфику организации маркетинговой деятельности на предприятиях различных сфер деятельности;	принимать участие в разработке инвестиционных проектов, направленных на совершенствование системы и технологий управления персоналом и проводить их оценку;	методами реализации основных управленческих функций в сфере управления персоналом; математическими, статистическими и количественными методами решения типовых;

2. Структура и содержание дисциплины

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов ОФО,			
		Всего	Аудиторная работа		СРС
			Л	ПЗ	
1	2	3	4	5	6
1.	Маркетинг персонала: подходы к определению, принципы, уровни и виды	8	2	2	4
2.	Эволюция маркетинга персонала	10	2	2	6
3.	Функции маркетинга персонала	10	2	2	6
4.	Технология маркетинга персонала	14	4	4	6
5.	Имидж организации и его использование в маркетинге персонала	14	4	4	6
6.	Информационная, коммуникативная и ценовая функции маркетинга персонала	14	4	4	6
	Итого		18	18	34

Основная литература:

Основная литература:

1. Патласов. О.П. Маркетинг персонала [Текст] : учебник для студентов вузов, обучающихся по направлению подготовки "Управление персоналом" (квалификация (степень) "бакалавр") / О. Ю. Патласов. - Москва : Дашков и К°, 2016. - 383 с. : ил. - (Учебные издания для бакалавров). - Библиогр.: с. 381-383. - ISBN 9785394023545 : 348.48.

2. Пугачёв В.П. Планирование персонала организации [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Пугачёв В.П.– Электрон. текстовые данные.– М.: Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, 2014 – 236 с.– Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/13151>.– ЭБС «IPRbooks», по паролю

Автор РПД: Миронова И.И.