

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Макаренко Елена Николаевна

Должность: Ректор

Дата подписания: 13.04.2023 09:44:51

Уникальный программный ключ:

c098bc0c1041cb2a4cf926cf171d6715d99a6ae00adc8e27b55cbe1e2dbd7c78

Закреплена за кафедрой

Маркетинг персонала

Учебный план 38.04.03.01_1.plx

Форма обучения **очная**

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	2 (1.2)		Итого	
	Неделя			
Неделя	15 2/6			
Вид занятий	уп	рп	уп	рп
Лекции	16	16	16	16
Практические	16	16	16	16
Итого ауд.	32	32	32	32
Контактная работа	32	32	32	32
Сам. работа	40	40	40	40
Итого	72	72	72	72

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

- 1.1 получение студентами основ теоретических знаний и практических навыков по формированию и реализации функции управленца по персоналу в сфере маркетинга

2. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

ПК-1: Способен разработать и реализовать планы, программы и процедуры в области операционного управления персоналом структурного подразделения организации

ПК-3: Способен выполнять научно-исследовательскую деятельность в соответствии с тематическим планом

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

комплекс маркетинга персонала; основные понятия и термины теоретического и прикладного маркетинга персонала; этапы формирования стратегии маркетинга в области управления персоналом; основы оценки результатов деятельности персонала (соотнесено с индикатором ПК-1.1)

правила работы с базами данных персонала организации; цели, задачи и виды аттестации и другие виды текущей деловой оценки персонала в соответствии со стратегическими планами организации; отечественные и международные достижения в области маркетинга персонала (соотнесено с индикатором ПК-3.1)

Уметь:

осуществлять анализ рынков труда на основе современных методов и передовых научных достижений; разрабатывать и реализовывать стратегии привлечения персонала; разрабатывать стратегический план маркетинговой деятельности в области управления персоналом; разрабатывать и применять технологии текущей деловой оценки персонала; анализировать мероприятия по оценке и аттестации персонала (соотнесено с индикатором ПК-1.2)

анализировать программы профессионального развития персонала и оценивать их эффективность (соотнесено с индикатором ПК-3.2)

Владеть:

навыками постановки задач маркетинговых исследований в управлении персоналом; навыками анализа спроса и предложения на внешнем и внутреннем рынках труда; навыками подбора и использования маркетинговых, корпоративных коммуникаций при работе с персоналом организации; технологией соблюдения информационной безопасности; (соотнесено с индикатором ПК-1.3) навыками проведения научно-исследовательских работ в области маркетинга персонала и эффективного использования их результатов (соотнесено с индикатором ПК-3.3)