

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Макаренко Елена Николаевна

Должность: Ректор

Дата подписания: 20.08.2024 11:09:08

Уникальный программный ключ:

c098bc0c1041cb2a4cf926cf171d6715d99a6ae00adc8e27b55cbe1e2dbd7c78

Маркетинг персонала

Закреплена за кафедрой **Финансовый и HR менеджмент**

Учебный план z38.04.03.01_1.plx

Форма обучения **заочная**

Распределение часов дисциплины по курсам

Курс	1		Итого	
	уп	рп		
Лекции	4	4	4	4
Практические	6	6	6	6
Итого ауд.	10	10	10	10
Контактная работа	10	10	10	10
Сам. работа	58	58	58	58
Часы на контроль	4	4	4	4
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

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)