

Бюджетное учреждение высшего образования
Ханты-Мансийского автономного округа-Югры
"Сургутский государственный университет"

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по УМР

_____ Е.В. Коновалова

16 июня 2022 г., протокол УС №6

Маркетинг персонала организации **рабочая программа дисциплины (модуля)**

Закреплена за кафедрой

Учебный план bz380301-ЭПиО-22-5.plx
38.03.01. ЭКОНОМИКА

Квалификация **Бакалавр**

Форма обучения **заочная**

Общая трудоемкость **2 ЗЕТ**

Часов по учебному плану 72

в том числе:

аудиторные занятия 10

самостоятельная работа 58

часов на контроль 4

Виды контроля на курсах:

зачеты 5

Распределение часов дисциплины по курсам

Курс	5		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

Программу составил(и):

Ст. препод., Имамвердиева М.И.

Рабочая программа дисциплины

Маркетинг персонала организации

разработана в соответствии с ФГОС:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования по направлению подготовки 38.03.01 ЭКОНОМИКА (уровень бакалавриата) (приказ Минобрнауки России от 12.11.2015 г. № 1327)

составлена на основании учебного плана:

38.03.01. ЭКОНОМИКА

утвержденного учебно-методическим советом вуза от 16.06.2022 протокол № 6.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры

Зав. кафедрой к.э.н., доцент Хадасевич Н.Р.

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	овладение студентами навыками управления персоналом с учетом маркетингового подхода в организациях, подразделениях, группах (командах) сотрудников; разработки отдельных направлений стратегии развития управления персоналом организаций и их отдельных подразделений в увязке с задачами маркетинга персонала; поиска, анализа и оценки информации для подготовки и принятия управленческих решений при выполнении процессов маркетинга персонала; анализа и моделирования процессов обеспечения персоналом организации.
-----	--

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Цикл (раздел) ООП:	Б1.В.ДВ.15
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:
2.1.1	Бизнес - планирование
2.1.2	Предпринимательство
2.2	Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:
2.2.1	Оценка бизнеса
2.2.2	Основы управления персоналом

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

ОПК-4:	способностью находить организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности и готовность нести за них ответственность
ПК-9:	способностью организовать деятельность малой группы, созданной для реализации конкретного экономического проекта

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1	Знать:
3.1.1	принципы формирования имиджа организации;
3.1.2	основы кадрового планирования и контроллинга;
3.1.3	основы современной философии и концепций управления персоналом;
3.1.4	основы маркетинга персонала;
3.1.5	основы экономических знаний.
3.2	Уметь:
3.2.1	разрабатывать и реализовывать стратегии привлечения персонала, мероприятия по планированию персонала, систему контроллинга персонала в организации, методики анализа и мониторинга конкурентоспособности стратегии организации в области подбора и привлечения персонала; применять теоретические положения в практике управления персоналом в организации;
3.2.2	способность находить организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности.
3.3	Владеть:
3.3.1	методами деловой оценки персонала при найме, современными технологиями разработки и внедрения требований к должностям, методами разработки и внедрения программ и процедур подбора и отбора персонала; современными принципами и методами управления персоналом;
3.3.2	навыками анализа и мониторинга конкурентоспособности стратегии организации в области подбора и привлечения персонала;
3.3.3	навыками организации деятельности малой группы для реализации конкретного экономического проекта.

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература	Примечание
	Раздел 1. Основы маркетинга персонала как одного из направлений маркетинга					

1.1	Определение и основные понятия маркетинга /Пр/	5	1	ОПК-4 ПК-9	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Э2 Э3	
1.2	Определение и основные понятия маркетинга /Ср/	5	8	ОПК-4 ПК-9	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Э2 Э3	
1.3	Сущность, задачи и функции маркетинга персонала /Пр/	5	1	ОПК-4 ПК-9	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Э2 Э3	
1.4	Сущность, задачи и функции маркетинга персонала /Ср/	5	12	ОПК-4 ПК-9	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Э2 Э3	
	Раздел 2. Маркетинговые компетенции управления персоналом					
2.1	Комплекс маркетинга персонала /Пр/	5	1	ОПК-4 ПК-9	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Э2 Э4 Э5	
2.2	Комплекс маркетинга персонала /Ср/	5	8	ОПК-4 ПК-9	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Э2 Э4 Э5	
2.3	Сегментирование рынка труда /Пр/	5	1	ОПК-4 ПК-9	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Э1 Э2	
2.4	Сегментирование рынка труда /Ср/	5	6	ОПК-4 ПК-9	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Э1 Э2	
	Раздел 3. Содержание и формирование имиджа организации в области маркетинга персонала					
3.1	Имидж организации как работодателя /Пр/	5	1	ОПК-4 ПК-9	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Э2 Э3	
3.2	Имидж организации как работодателя /Ср/	5	7	ОПК-4 ПК-9	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Э2 Э3	
3.3	Маркетинговые исследования и маркетинговая информация в области персонала /Лек/	5	1	ОПК-4 ПК-9	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Э2 Э3	

3.4	Маркетинговые исследования и маркетинговая информация в области персонала /Ср/	5	6	ОПК-4 ПК-9	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Э2 Э3	
Раздел 4. Требование к персоналу и запросы к работодателю в процессе реализации маркетинга персонала						
4.1	Маркетинговое планирование потребности в персонале /Лек/	5	1	ОПК-4 ПК-9	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Э1 Э2	
4.2	Маркетинговое планирование потребности в персонале /Ср/	5	3	ОПК-4 ПК-9	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Э1 Э2	
4.3	Разработка требований к персоналу /Лек/	5	1	ОПК-4 ПК-9	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Э1 Э2	
4.4	Разработка требований к персоналу /Ср/	5	4	ОПК-4 ПК-9	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Э1 Э2	
4.5	Формирование привлекательности рабочего места /Лек/	5	1	ОПК-4 ПК-9	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Э1 Э2	
4.6	Формирование привлекательности рабочего места /Пр/	5	1	ОПК-4 ПК-9	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Э1 Э2	
4.7	Формирование привлекательности рабочего места /Ср/	5	4	ОПК-4 ПК-9	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Э1 Э2	
4.8	/Контр.раб./	5	0	ОПК-4 ПК-9	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5	
4.9	/Зачёт/	5	4	ОПК-4 ПК-9	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5	

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

5.1. Контрольные вопросы и задания

Представлено отдельным документом

5.2. Темы письменных работ

Представлено отдельным документом

5.3. Фонд оценочных средств

Представлено отдельным документом

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)				
6.1. Рекомендуемая литература				
6.1.1. Основная литература				
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л1.1	Божук С.Г.	Маркетинговые исследования : Учебник для вузов	Москва : Юрайт, 2022, Электронный ресурс	1
Л1.2	Маслова В.М.	Управление персоналом: Учебник и практикум для вузов	Москва : Юрайт, 2022, , Электронный ресурс	1
Л1.3	Одегов Ю.Г.	Кадровая политика и кадровое планирование: Учебник и практикум для вузов	Москва : Юрайт, 2022, , Электронный ресурс	1
6.1.2. Дополнительная литература				
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л2.1	Григорьев М. Н	Маркетинг: Учебник для вузов	Москва : Юрайт, 2022, , Электронный ресурс	1
Л2.2	Каложнова Н. Я., Кошурникова Ю. Е.	Современные модели маркетинга : Учебное пособие для вузов	Москва : Юрайт, 2022, , Электронный ресурс	1
Л2.3	Карпова С.В.	Маркетинг. Практикум: Учебное пособие для вузов	Москва : Юрайт, 2022, , Электронный ресурс	1
6.1.3. Методические разработки				
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л3.1	Иванова О.А.	Маркетинг персонала: методические рекомендации по выполнению практических и самостоятельных работ	Издательский центр СурГУ, , Электронный ресурс 2019,	0
6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"				
Э1	Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики России https://gks.ru/			
Э2	Сайт «Записки маркетолога» http://www.marketch.ru/			
Э3	Сайт «Adindex» https://adindex.ru/			
Э4	Сайт о маркетинге в социальных медиа «Cossa» https://www.cossa.ru/			
Э5	Федеральный портал управленческих кадров http://window.edu.ru/resource/839/78839			
6.3.1 Перечень программного обеспечения				
6.3.1.1	Программы, обеспечивающие доступ в сеть Интернет «Google chrome»;			
6.3.1.2	Программы для демонстрации и создания презентаций «Microsoft PowerPoint».			
6.3.2 Перечень информационных справочных систем				
6.3.2.1	Гарант-информационно-правовой портал. http://www.garant.ru/			
6.3.2.2	КонсультантПлюс –надежная правовая поддержка. http://www.consultant.ru/			
7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)				
7.1	Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа; лабораторных занятий: групповых и индивидуальных консультаций; текущего и промежуточного контроля и промежуточной аттестации оснащена: комплект специализированной учебной мебели; доска; комплект переносного мультимедийного оборудования - компьютер; проектор; проекционный экран; компьютеры с возможностью выхода в Интернет и доступом в электронную информационно-образовательную среду.			

