

Аннотация к рабочей программе дисциплины

Автор Романов В.А., доцент кафедры Коммерции и ОЭД

Наименование дисциплины: Б1.Б.12 Маркетинг персонала

Цели освоения дисциплины:

- формирование у студентов представлений о профессиональной деятельности в организации маркетинга персонала на предприятии;
- подготовка специалиста, ориентирующегося в ситуации на рынке труда, умеющего использовать технологию маркетинга персонала в условиях конкретных организаций

1. Требования к результатам освоения дисциплины:

Индекс и содержание компетенции	Знания	Умения	Навыки и (или) опыт деятельности
ПК-2 - знанием основ кадрового планирования и контроллинга, основ маркетинга персонала, разработки и реализации стратегии привлечения персонала и умением применять их на практике	Этап 1: - Знать основы маркетинга персонала. Этап 2: - Знать задачи кадрового контроллинга.	Этап 1: - Уметь прогнозировать и планировать потребность организации в персонале в соответствии со стратегическими планами организации. Этап 2: - Уметь определять эффективные пути ее удовлетворения	Этап 1: - Владеть методами разработки и реализации маркетинговых программ в управлении персоналом. Этап 2: - Владеть навыками проведения кадрового контроллинга.
ПК-16 - владением навыками анализа и мониторинга конкурентоспособности стратегии организации в области подбора и привлечения персонала и умением применять их на практике	Этап 1: - Знать функционально-стоимостной анализ деятельности персонала. Этап 2: - Знать технику определения эффективности управления персоналом	Этап 1: - Уметь использовать особенности построения системы управления персоналом в организациях различных организационных форм. Этап 2: - Уметь применять методы оценки трудового потенциала работника; определять затраты на осуществление функций персонала	Этап 1: - Владеть методами оценки трудового потенциала работника. Этап 2: - Владеть методикой определения затрат на осуществление функций персонала

<p>ПК-20 – умением оценить эффективность аттестации и других видов текущей деловой оценки персонала, владением навыками получения обратной связи по результатам текущей деловой оценки персонала</p>	<p>Этап 1: - Требования к персоналу. Особенности маркетинга в управлении персоналом. Роль маркетинга персонала в развитии персонала</p> <p>Этап 2: - Сущность маркетинговой информации в управлении персоналом. Сущность кадрового аудита. Цель и задачи кадрового аудита. Основные направления кадрового аудита. Виды кадрового аудита. Оценка количественного и качественного состава работников предприятия. Сущность аттестации персонала. Этапы аттестации персонала.</p>	<p>Этап 1: - Разрабатывать требования к персоналу. Использовать особенности маркетинга в управлении персоналом.</p> <p>Этап 2: - Составлять план и программу этапов аттестации персонала. Применять методику проведения внутреннего аудита персонала. Составлять план реализации замечаний по аудиторскому заключению.</p>	<p>Этап 1: - Навыком оценки эффективности аттестации.</p> <p>Этап 2: - Методами проведения внутреннего аудита персонала. навыками получения обратной связи по результатам текущей деловой оценки персонала</p>
--	--	--	--

2. Содержание дисциплины:

Раздел 1. Теория и методология маркетинга персонала

Тема 1 Введение в предмет «Маркетинг персонала»

Тема 2 Основные направления маркетинга персонала

Тема 3 Функции маркетинга персонала

Раздел 2. Исследование в маркетинге персонала

Тема 4 Особенности формирования имиджа работодателя

Тема 5 Маркетинговые исследования в области труда

Тема 6 Адаптация, методы и способы выбора сотрудника

Раздел 3. Система маркетинговых технологий в управлении персоналом

Тема 7 Контроль реализации маркетинга персонала

Тема 8 Сегментирование рынка труда

Тема 9 Маркетинговые исследования рынка труда

Раздел 4. Стратегии в управлении персоналом

Тема 10 Роль маркетинга персонала в формировании трудового потенциала организации

Тема 11 Формирование системы управления маркетингом персонала в организации

3. Общая трудоёмкость дисциплины: 3 ЗЕ.