

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

### Маркетинг персонала

для студентов, обучающихся по направлению подготовки

38.03.03 «Управление персоналом»

(квалификация (степень) бакалавр)

Общая трудоемкость – 3 зачетные единицы

#### 1. Цели и задачи освоения учебной дисциплины.

**Целью** освоения учебной дисциплины «Маркетинг персонала» является формирование знаний и умений в области современных направлений оценки человеческих ресурсов и основных методов оценки персонала.

В рамках дисциплины «Маркетинг персонала» перед бакалавром стоят следующие **задачи**:

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

#### 2. Планируемые результаты обучения по дисциплине.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

##### *Общепрофессиональных*

владением навыками работы с внешними организациями (Министерством труда и социальной защиты Российской Федерации, Пенсионным фондом Российской Федерации, Фондом социального страхования Российской Федерации, Федеральным фондом обязательного медицинского страхования, Федеральной службой по труду и занятости, кадровыми агентствами, службами занятости населения) (ОПК-4);

##### *Профессиональных*

знанием основ кадрового планирования и контроллинга, основ маркетинга персонала, разработки и реализации стратегии привлечения персонала и умением применять их на практике (ПК-2);

знанием основ разработки и внедрения требований к должностям, критериев подбора и расстановки персонала, основ найма, разработки и внедрения программ и процедур подбора и отбора персонала, владением методами деловой оценки персонала при найме и умением применять их на практике (ПК-3);

владением навыками сбора информации для анализа внутренних и внешних факторов, влияющих на эффективность деятельности персонала организации, умением рассчитывать численность и профессиональный состав персонала в соответствии со стратегическими планами организации (ПК-15);

владением навыками анализа и мониторинга конкурентоспособности стратегии организации в области подбора и привлечения персонала и умением применять их на практике (ПК-16);

владением навыками и методами сбора информации для выявления потребности и формирования заказа организации в обучении и развитии персонала, навыками сбора информации для анализа рынка образовательных, консалтинговых и иных видов услуг в области управления персоналом, а также навыками получения обратной связи и обработки результатов обучения и иных форм профессионального развития персонала (ПК-19);

знанием основ подготовки, организации и проведения исследований удовлетворенности персонала работой в организации и умением использовать их на практике (ПК-23);

способностью применять на практике методы оценки эффективности системы материального и нематериального стимулирования в организации (ПК-24);

способностью проводить анализ рыночных и специфических рисков, связанных с деятельностью по реализации функций управления персоналом, использовать его результаты для принятия управленческих решений (ПК-25);

владением навыками организации и ведения взаимодействия по кадровым вопросам с некоммерческим партнерством «ВВК - Национальный союз кадровиков», «Национальным союзом организаций по подготовке кадров в области управления персоналом («Национальный союз «Управление персоналом»)), Ассоциацией организаций управленческого образования, профсоюзами, другими общественными организациями и трудовым коллективом (ПК-38).

В результате освоения дисциплины «Маркетинг персонала» студент должен:

***Знать:***

- содержание маркетинговой концепции управления и ее применение в управлении персоналом;
- технологии управления развитием персонала (управления социальным развитием; организации обучения персонал; организации текущей деловой оценки, в том числе аттестации персонала; управления деловой карьерой и служебно-профессиональным продвижением персонала; управления кадровыми нововведениями);
- основы маркетинга персонала, разработки и реализации стратегии привлечения персонала;
- основы разработки и внедрения требований к должностям, критериев подбора и расстановки персонала и уметь применять их на практике;

***Уметь:***

- оценивать положение организации на рынке труда, разрабатывать систему мероприятий по улучшению имиджа организации как работодателя;
- разрабатывать мероприятия по привлечению и отбору новых сотрудников и осуществлять программы их адаптации;
- разрабатывать и реализовывать программы профессионального развития персонала и оценивать их эффективность;
- разрабатывать мероприятия по совершенствованию управления карьерой и служебно-профессиональным продвижением персонала и участвовать в их реализации;
- анализировать конкурентоспособность стратегии организации в области подбора и привлечения персонала;
- определять потребность в персонале;
- выявлять и классифицировать требования к персоналу и к работодателю в современных условиях;
- рассчитывать затраты на приобретение и использование персонала;

***Владеть:***

- методами разработки и реализации маркетинговых программ в управлении персоналом;
- современными технологиями управления развитием персонала (управления социальным развитием; организации обучения персонала; организации текущей деловой оценки, в том числе аттестации персонала; управления деловой карьерой и служебно-профессиональным продвижением персонала; управления кадровыми нововведениями);
- навыками разработки системы маркетинга персонала, включающей в себя формулировку целей, задач, определения её места в организационной структуре, в кадровой политике;
- сбора информации для анализа рынка образовательных, консалтинговых и иных видов услуг в области работы с персоналом.

### 3. Место дисциплины в структуре ОПОП.

Дисциплина «Маркетинг персонала» относится к дисциплинам базовой части учебного плана направления подготовки «Управление персоналом» и рассматривается как обязательный компонент профессиональной подготовки бакалавра. Обучение осуществляется на основе гуманитарных, математических и экономических знаний, полученных ранее.

Требования к уровню подготовки студента — сформированность системных знаний по дисциплинам: «Управление персоналом организации», «Рынок труда», «Технология и методика развития персонала», владение умениями применять полученные знания в практической (учебной) деятельности. По итогам изучения вышеназванных дисциплин у студентов должны быть на начальном этапе частично сформированы следующие компетенции:

– знанием основ разработки и внедрения требований к должностям, критериев подбора и расстановки персонала, основ найма, разработки и внедрения программ и процедур подбора и отбора персонала, владением методами деловой оценки персонала при найме и умение применять их на практике (ПК–3);

– знанием основ социализации, профориентации и профессионализации персонала, принципов формирования системы трудовой адаптации персонала, разработки и внедрения программ трудовой адаптации и умение применять их на практике (ПК–4);

– знанием основ профессионального развития персонала, процессов обучения, управления карьерой и служебно–профессиональным продвижением персонала, организации работы с кадровым резервом, видов, форм и методов обучения персонала и умением применять их на практике (ПК–6);

– умением оценить эффективность аттестации и других видов текущей деловой оценки персонала, владением навыками получения обратной связи по результатам текущей деловой оценки персонала (ПК–20).

К началу изучения дисциплины «Маркетинг персонала» студент должен обладать следующими знаниями:

– концепций управления персоналом, сущности и задач, закономерностей, принципов и методов управления персоналом;

– основ кадрового планирования и кадровой политики организации, основ стратегического управления персоналом;

умениями:

– составлять описания и распределять функции и функциональные обязанности сотрудников, а также функции подразделений разного уровня (карты компетенций, должностные инструкции, положения о подразделениях);

– применять методы подбора и расстановки персонала; навыками:

– целостного подхода к анализу разноуровневых проблем;

– формирования и использования трудового потенциала и интеллектуального капитала организации, отдельного работника;

– разработки и внедрения профессиональных, в том числе корпоративных, стандартов в области управления персоналом.

Дисциплина «Маркетинг персонала» является базой для освоения дисциплин вариативной части учебного плана, таких как: «Методы оценки персонала», «Мотивация и стимулирование трудовой деятельности», для написания выпускных квалификационных работ на степень бакалавра.

4. Образовательный процесс осуществляется на русском языке.

5. Разработчик: Доцент кафедры менеджмента, управления персоналом и экономики, кандидат педагогических наук Калинина Ольга Евгеньевна.

## 6. Дополнительные сведения.