

**АННОТАЦИЯ**  
**рабочей программы дисциплины**  
Маркетинг персонала  
по направлению подготовки  
38.03.03 Управление персоналом  
профиль подготовки  
Управление персоналом организации  
Квалификация (степень) выпускника  
бакалавр

**1. Цель дисциплины**

Овладение основами теоретических знаний в области маркетинга персонала и умение применять их на практике.

**2. Требования к уровню освоения содержания дисциплины**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

знание основ маркетинга, разработки и реализации стратегии привлечения персонала и умение применять их на практике (ПК-4);

знание основ разработки требований к должностям, критериев подбора и расстановки персонала и умение применять их на практике (ПК-5);

владение навыками анализа конкурентоспособности стратегии организации в области подбора и привлечения персонала (ПК-43);

умение составлять описания функционала сотрудников и подразделений разного уровня (карты компетенций, должностные инструкции и т.д.) (ПК-44);

владение навыками сбора информации для анализа рынка образовательных, консалтинговых и иных видов услуг в области работы персонала (ПК-48).

**3. В результате освоения дисциплины обучающийся должен**

**знать:** теоретические и практические подходы к определению источников и механизмов обеспечения конкурентного преимущества организации, содержание маркетинговой концепции управления и ее применение в управлении персоналом;

**уметь:** анализировать внешнюю и внутреннюю среду организации, выявлять ее ключевые элементы и оценивать их влияние на организацию и персонал;

**владеть:** методами разработки и реализации маркетинговых программ.

**4. Общая трудоемкость дисциплины** составляет 72 часа, 2 зачетных единицы.

**5. Вид промежуточной аттестации:** зачет.

**6. Основные разделы дисциплины:**

1 – Маркетинговые концепции управления персоналом.


2 – Маркетинговые исследования и маркетинговая информация в области персонала.

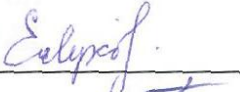
3 – Системы управления маркетингом персонала в организации.

4 – Требования к персоналу и запросы к работодателю.

5 – Информационная, коммуникативная и ценовая функции маркетинга персонала.

**7. Разработчик(-и):**

Грудистова Е.Г., доцент кафедры МиИТ, к.э.н., доцент 

Заведующий кафедрой МиИТ  Луковникова Е.И.

Председатель методической комиссии факультета  Трапезникова Е.В.