

Шифр, наименование образовательной программы 38.03.02 «Менеджмент»
 уровень высшего образования – бакалавриат
 Направленность (профиль) «Производственный менеджмент»

АННОТАЦИЯ
 рабочей программы дисциплины

Б1.В.ОД.9 «Маркетинг персонала»
 шифр и наименование дисциплины по учебному плану

вариативная
 статус дисциплины - базовая, вариативная, по выбору

очная, заочная
 форма обучения - очная, заочная, очно-заочная

Составитель аннотации – Маркелов О.И., к.э.н., кафедры «Экономика предпринимательст-
ва»
 ФИО разработчика, уч.степень, уч.звание, название кафедры

Общая трудоемкость дисциплины (ЗЕТ / час.)	5 ЗЕТ / 180 час
Цель изучения дисциплины	Изучение теории и практики маркетинга персонала, аспектов его регулирования. Формирование у бакалавров общекультурных и профессиональных компетенций в области маркетинга персонала, необходимых им для реализации организационно-управленческой деятельности на предприятиях
Содержание дисциплины (основные темы, разделы, модули)	Модуль 1 «Теоретико-методологический основы маркетинга персонала» Модуль 2 «Реализация маркетинга персонала на предприятии» Модуль 3 «Технология поиска, отбора и найма персонала» Модуль 4 «Трудовой потенциал и адаптация персонала к потребностям производства»
Формируемые компетенции	ОК3: Способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности. ОПК 2: Способность находить организационно-управленческие решения и готовность нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений. ПК-10: Владение навыками количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений, построения экономических, финансовых и организационно –управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления.
Наименование дисциплин, необходимых для освоения данной дисциплины	Экономика предприятия Экономико-математические методы и модели в экономике Маркетинг Методы принятия управленческих решений.
Знания, умения и навыки, получаемые в результате изучения дисциплины	Знать: – понятийно-терминологический аппарат дисциплины; – подходы по обоснованию принимаемых управленческих решений в краткосрочном и долгосрочном периоде в области маркетинга персонала; – основные понятия, методы и инструменты количественного и качественного анализа экономических процессов; – основные модели принятия решений. Уметь: – анализировать экономическую (производственно-хозяйственную) деятельность предприятия; – определять причинно-следственные связи, характеризующие деятельность хозяйствующих субъектов;

	<ul style="list-style-type: none"> – обобщать, анализировать, воспринимать информацию; – ставить цели и формулировать задачи, связанные с реализацией профессиональных функций; – адаптировать экономические, финансовые и организационно- управленческие модели к конкретным задачам управления персоналом. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – специальной терминологией и лексикой данной дисциплины; – методиками расчета экономических и социально-экономических показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов; – навыками разработки управленческих решений в области маркетинга персонала; – методами реализации основных управленческих функций (принятие решений, организация, мотивирование и контроль); – навыками количественного и качественного анализа для принятия управленческих решений в области маркетинга персонала.
Образовательные технологии	Традиционные (лекции, практические занятия) и интерактивные (лекции с разбором конкретных ситуаций, работа в малых группах, творческие задания, просмотр и обсуждение видеофильмов)
Формы текущего контроля успеваемости	Очная форма обучения: контрольные опросы, расчетное задание
	Заочная форма обучения: контрольная работа в форме расчетного задания; контрольная работа в форме домашнего задания
Форма промежуточной аттестации (экзамен, зачет, курсовой проект (работа))	Экзамен

Зав. кафедрой

ЭП
название кафедры


подпись

Миляева Л.Г.