Министерство науки и высшего образования Российской Федерации

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Сибирский государственный индустриальный университет»

Кафедра менеджмента и отраслевой экономики

УТВЕРЖДАЮ
Директор института экономики и менеджмента
_____ В.В. Шипунова
подпись
«____» _____ 20___ г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Маркетинг персонала

38.03.03 «Управление персоналом»
(направленность (профиль): «Управление персоналом организации»)

Квалификация выпускника
Бакалавр

Форма обучения
Очно-заочная форма

Срок обучения: 4 года 6 месяцев

Год начала подготовки 2023

Новокузнецк
2023

СибГИУ
Подлинник электронного документа хранится в системе электронного согласования документов СибГИУ
ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭП
Сертификат: 861a8d56fc2cfb6de53bd665403c592fd02b1419
Владелец: Ректор Юрьев Алексей Борисович
Действителен: с 12 февраля 2024 г. по 7 мая 2025 г.
Дата и время: 01-03-2024 01:02:57 ПРОВЕРИТЬ ПОДПИСЬ

1 Цели и задачи освоения учебной дисциплины

Целями учебной дисциплины являются:

– изучение возможностей маркетинга персонала в позиционировании организации на рынке труда.

Задачами учебной дисциплины являются:

– формирование представлений о возможностях маркетинговых инструментов в управлении персоналом;

– формирование навыков использования HR-бренда в повышении конкурентоспособности организации на рынке труда.

2 Место учебной дисциплины в структуре ООП по направлению подготовки (специальности)

Учебная дисциплина относится к учебным дисциплинам обязательной части **Блока 1 «Дисциплины (модули)»** ООП по направлению подготовки (специальности) 38.03.03 «Управление персоналом».

Учебная дисциплина базируется на предварительном усвоении обучающимися учебных дисциплин:

– Деловые коммуникации;
– Маркетинг;
– Менеджмент;
– Управление социальным развитием организации;
– Региональная экономика;
– Управление персоналом организации;
– Рынок труда;
– Демография.

Учебная дисциплина дополняет знания, умения и навыки, получаемые по одновременно изучаемым и последующим дисциплинам:

– Кадровая политика и кадровое планирование;
– Современные технологии рекрутмента;
– Современные технологии управления персоналом;
– Кадровые технологии на современном этапе;
– Инновационный менеджмент в управлении персоналом;
– Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена.

3 Планируемые результаты обучения по учебной дисциплине

Процесс изучения учебной дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

– Общепрофессиональные компетенции

Наименование категории (группы) ОПК	Код и наименование ОПК	Код и наименование индикатора достижения ОПК	Планируемые результаты обучения

	ОПК-1: Способен применять знания (на промежуточном уровне) экономической, организационной, управленческой, социологической и психологической теорий, российского законодательства в части работы с персоналом при решении профессиональных задач	ОПК-1.1 Применяет основные понятия и концепции организационной, управленческой, социологической и психологической теорий, российского законодательства в части работы с персоналом при решении профессиональных задач	– знать: сущность, основные концепции, функции маркетинга персонала; основы организационной, управлен-ческой, социологической и психологической теорий, российского законодательства в части работы с персоналом при ре-шении профессиональных задач. – уметь: применять маркетинговые концепции в сфере персонала для реализации стратегии организации; основные понятия и концепции организационной, управленческой, социологической и психологической теорий, российского законодательства в части работы с персоналом для решения профессиональных задач. – владеть: навыками применения инструментов маркетинга персонала для решения задач профессиональной деятельности.
	ОПК-3: Способен разрабатывать и осуществлять мероприятия, направленные на реализацию стратегии управления персоналом,	ОПК-3.1 Разрабатывает мероприятия, направленные на реализацию стратегии управления персоналом	– знать: основные мероприятия, направленные на реализацию страте-гии управления пер-соналом. – уметь: разрабатывать мероприятия,

	обеспечивать их документационное сопровождение и оценивать организационные и социальные последствия		направленные на реализацию стратегии управления персоналом. – владеть: навыками документационного сопровождения и оценки организационных и социальных последствий, разработанных мероприятий маркетинга персонала..
		ОПК-3.2 Обосновывает способы осуществления мероприятий, направленных на реализацию стратегии управления персоналом, и оценивает организационные и социальные последствия этих мероприятий	– знать: способы осуществления мероприятий, направленных на реализацию стратегии управления персоналом. – уметь: обосновывать способы осуществления мероприятий, направленных на реализацию стратегии управления персоналом. – владеть: навыками оценки организационных и социальных последствий мероприятий, направленных на реализацию стратегии управления персоналом.

4 Объем и содержание учебной дисциплины

Учебные занятия по учебной дисциплине проводятся в форме контактной работы и в форме самостоятельной работы обучающихся.

Контактная работа включает в себя занятия лекционного типа (лекции), занятия семинарского типа (семинары, практические занятия, практикумы), промежуточную аттестацию обучающихся и иные формы взаимодействия обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации ООП на иных условиях, в том

числе при проведении промежуточной аттестации обучающихся. Контактная работа может проводиться с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий.

Объем учебной дисциплины

Семестр / курс		***ИТОГО***	***6 семестр***
Форма промежуточной аттестации			*зачет*
Трудоёмкость	*академ. час.*	***108***	*108*
	зачетных единиц	***3***	*3*
Лекции, *академ. час.*		***6***	*6*
в форме практической подготовки		***0***	*0*
Лабораторные работы, *академ. час.*		***0***	*0*
в форме практической подготовки		***0***	*0*
Практические занятия, *академ. час.*		***6***	*6*
в форме практической подготовки		***0***	*0*
Курсовая работа / проект, *академ. час.*		***0***	*0*
в форме практической подготовки		***0***	*0*
Консультации, *академ. час.*		***0***	*0*
в форме практической подготовки		***0***	*0*
Самостоятельная работа, *академ. час.*		***87***	*87*
в форме практической подготовки		***0***	*0*
Контроль, *академ. час.*		***9***	*9*
в форме практической подготовки		***0***	*0*

Содержание учебной дисциплины

Раздел 1 Сущность и принципы маркетинга персонала (Основные определения и подходы к маркетингу персонала. Товар "рабочая сила" в системе маркетинга. Концепции маркетинга рабочей силы. Баланс рабочей силы и рабочих мест. Функции макро- и микро-маркетинга в сфере занятости);

Раздел 2 Методологические основы маркетинга персонала (Маркетинговые исследования рынка труда. Критерии сегментирования рыночного пространства. Требования к персоналу и определение потребности в нем. Значение маркетинга персонала в привлечении и удержании персонала);

Раздел 3 Маркетинг-менеджмент рынка труда (Имидж организации как работодателя. Концепция внутреннего маркетинга. Формирование лояльности персонала. Управление маркетингом рабочей силы. Социально-экономическая эффективность маркетинга персонала).

5 Перечень тем лекций

№ раздела / темы дисциплины	**Темы лекций**	**Трудоемкость, *академ.час***	
		всего	**в форме практической**

			подготовки
Раздел 1.	Сущность и принципы маркетинга персонала	1	
Раздел 2.	Методологические основы маркетинга персонала	3	
Раздел 3.	Маркетинг-менеджмент рынка труда	2	
Итого:		**6**	**0**

6 Перечень тем практических занятий (семинаров)

№ раздела / темы дисциплины	**Темы практических занятий (семинаров)**	**Трудоемкость, *академ.час***	
		всего	**в форме практической подготовки**
Раздел 1.	Разработка плана маркетинга персонала	2	
Раздел 2.	Маркетинговые исследования рынка труда	2	
Раздел 3.	Формирование имиджа организации как работодателя	2	
Итого:		**6**	**0**

7 Перечень тем лабораторных работ

№ раздела / темы дисциплины	**Темы лабораторных работ**	**Трудоемкость, *академ.час***	
		всего	**в форме практической подготовки**
	Отсутствуют		
Итого:		**0**	**0**

8 Перечень тем курсовых работ (проектов)

№ раздела / темы дисциплины	**Темы курсовых работ (проектов)**	**Трудоемкость, *академ.час***	
		всего	**в форме практической подготовки**
	Отсутствуют		
Итого:		**0**	**0**

9 Виды самостоятельной работы

№ раздела / темы дисциплины	**Виды самостоятельной работы**	**Трудоемкость, *академ.час***	
		всего	**в форме практической подготовки**
Раздел 1.	1. Изучение лекционного материала; 2. Изучение	26	

	теоретического материала; 3. Оформление отчета о практической работе; 4. Подготовка к практическому занятию; 5. Прохождение тестирования.		
Раздел 2.	1. Изучение лекционного материала; 2. Изучение теоретического материала; 3. Оформление отчета о практической работе; 4. Подготовка к практическому занятию; 5. Прохождение тестирования.	33	
Раздел 3.	1. Изучение лекционного материала; 2. Изучение теоретического материала; 3. Оформление отчета о практической работе; 4. Подготовка к практическому занятию; 5. Прохождение тестирования.	28	
Контроль	*Подготовка к зачёту*	9	
Итого:		**96**	**0**

10 Учебно-методическое и информационное обеспечение учебной дисциплины

а) литература:

1 Маркетинг персонала : практикум. – Ставрополь : Северо-Кавказский Федеральный университет (СКФУ), 2016. – 127 с. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=459089 (дата обращения: 19.05.2023);

2 Чернопятов, А. М. Маркетинг персонала : учебник. – 2-е изд., стер. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2019. – 277 с. – ISBN 978-5-4499-0333-4. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=564386 (дата обращения: 19.05.2023);

3 Шапиро, С. А. Практикум по дисциплине «Маркетинг персонала» : учебное пособие / С.А. Шапиро, Е.К. Самраилова. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2020. – 60 с. – ISBN 978-5-4499-0411-9. – URL:

https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=571001 (дата обращения: 19.05.2023);

4 Печеркина, И. Ф. Маркетинг персонала: учебно-методическое пособие для студентов направления 38.03.02 «Менеджмент» очной и заочной формы обучения : учебно-методическое пособие. – Тюмень : Тюменский государственный университет, 2018. – 96 с. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=571474 (дата обращения: 19.05.2023);

5 Ильина, И. Ю. Рынок труда и маркетинг персонала : учебное пособие / И.Ю. Ильина, Е.В. Потехина. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2020. – 226 с. – ISBN 978-5-4499-0662-5. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=574100 (дата обращения: 19.05.2023);

6 Патласов, О. Ю. Маркетинг персонала : учебник. – 3-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2021. – 384 с. – ISBN 978-5-394-04465-6. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684329 (дата обращения: 19.05.2023).

б) ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

1 Консультант студента : электронно-библиотечная система / ООО «КОНСУЛЬТАНТ СТУДЕНТА». – Москва, [200 –]. – URL: http://www.studentlibrary.ru. – Режим доступа: для авторизир. пользователей;

2 ЛАНЬ : электронно-библиотечная система : [коллекция «Инженерно-технические науки»] / ООО «Издательство ЛАНЬ». – Санкт-Петербург, [200 –]. – URL: http://e.lanbook.com. – Режим доступа: для авторизир. пользователей;

3 НАУЧНАЯ ЭЛЕКТРОННАЯ БИБЛИОТЕКА eLIBRARY.RU : база данных / ООО «НЭБ». – Москва, [200 –]. – URL: http://elibrary.ru. – Режим доступа: по подписке;

4 Национальная электронная библиотека (НЭБ) : информационная система / ФГБУ «РГБ». – Москва, [2015 –]. – URL: http://rusneb.ru. – Режим доступа: по подписке;

5 Образовательная платформа ЮРАЙТ / ООО «Электронное издательство ЮРАЙТ». – Москва, [200 –]. – URL: https://urait.ru. – Режим доступа: для авторизир. пользователей;

6 Университетская библиотека онлайн : электронно-библиотечная система / ООО «Директ-Медиа». – Москва, [200 –]. – URL: https://biblioclub.ru. – Режим доступа: для авторизир. пользователей. – URL: http://www.biblioclub.ru;

7 Электронная библиотека // Научно-техническая библиотека СибГИУ : сайт. – Новокузнецк, [200 –]. – URL: http://library.sibsiu.ru/LibrELibraryFullText.asp. – Режим доступа: для авторизир. пользователей. – URL: https://library.sibsiu.ru/LibrELibraryFullText.asp;

8 Электронные периодические издания ИВИС : универсальная база данных / ООО «ИВИС». – Москва, [200 –]. – URL: http://eivis.ru. – Режим доступа: по подписке;

9 Электронный каталог : сайт / Научно-техническая библиотека СибГИУ. – Новокузнецк, [199 –]. – URL: http://libr.sibsiu.ru. – URL: https://libr.sibsiu.ru.

в) лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение:

– 7-Zip;
– Adobe Acrobat Reader;
– Kaspersky Endpoint Security;
– Microsoft Office;
– Электронный периодический справочник Система ГАРАНТ.

г) базы данных и информационно-справочные системы:

1 ГАРАНТ : справочно-правовая система / ООО «Правовой центр «Гарант». – Кемерово, [200 –]. – Режим доступа: компьютерная сеть Сиб. гос. индустр. ун-та.;

2 КонсультантПлюс : справочно-правовая система / ООО «Информационный центр АНВИК». – Новокузнецк, [199 –]. – Режим доступа: компьютерная сеть библиотеки Сиб. гос. индустр. ун-та.;

3 Техэксперт : информационно-справочная система / ООО «Группа компаний «Кодекс». – Кемерово, [200 –]. – Режим доступа: компьютерная сеть Сиб. гос. индустр. ун-та.

11 Материально-техническое обеспечение учебной дисциплины

Материально-техническое обеспечение учебной дисциплины включает учебные аудитории, оснащенные оборудованием, компьютерной техникой, и техническими средствами обучения, в том числе:

- учебную аудиторию для проведения занятий лекционного типа, оборудованную учебной доской, экраном и мультимедийным проектором;
- учебную аудиторию для проведения занятий семинарского типа (практических занятий), оснащенную рабочими местами для обучающихся, рабочим местом преподавателя, необходимой для проведения практических занятий методической и справочной литературы (в т. ч. в электронном в виде), техническими средствами обучения: компьютер, мультимедийный проектор, экран, мультимедийные презентации;
- учебную аудиторию (помещения) для групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации;
- помещения для самостоятельной работы, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и

обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду, научно-техническую библиотеку СибГИУ.

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки (специальности) 38.03.03 «Управление персоналом».

Составитель(и):

старший преподаватель Бобко Татьяна Владимировна (кафедра менеджмента и отраслевой экономики).

Рабочая программа дисциплины рассмотрена и утверждена на заседании кафедры.

Приложение

Аннотация
рабочей программы дисциплины «Маркетинг персонала»

по направлению подготовки (специальности)
38.03.03 «Управление персоналом»
(направленность (профиль): «Управление персоналом организации»)
форма обучения – Очно-заочная форма

1 Цели и задачи освоения учебной дисциплины

Целями учебной дисциплины являются:

– изучение возможностей маркетинга персонала в позиционировании организации на рынке труда.

Задачами учебной дисциплины являются:

– формирование представлений о возможностях маркетинговых инструментов в управлении персоналом;
– формирование навыков использования HR-бренда в повышении конкурентоспособности организации на рынке труда.

2 Место учебной дисциплины в структуре ООП по направлению подготовки (специальности)

Учебная дисциплина относится к учебным дисциплинам обязательной части **Блока 1 «Дисциплины (модули)»** ООП по направлению подготовки (специальности) 38.03.03 «Управление персоналом».

Учебная дисциплина базируется на предварительном усвоении обучающимися учебных дисциплин:

– Деловые коммуникации;
– Маркетинг;
– Менеджмент;
– Управление социальным развитием организации;
– Региональная экономика;
– Управление персоналом организации;
– Рынок труда;
– Демография.

Учебная дисциплина дополняет знания, умения и навыки, получаемые по одновременно изучаемым и последующим дисциплинам:

– Кадровая политика и кадровое планирование;
– Современные технологии рекрутмента;
– Современные технологии управления персоналом;
– Кадровые технологии на современном этапе;
– Инновационный менеджмент в управлении персоналом;
– Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена.

3 Планируемые результаты обучения по учебной дисциплине

Процесс изучения учебной дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

– Общепрофессиональные компетенции

Наименование категории (группы) ОПК	Код и наименование ОПК	Код и наименование индикатора достижения ОПК	Планируемые результаты обучения
	ОПК-1: Способен применять знания (на промежуточном уровне) экономической, организационной, управленческой, социологической и психологической теорий, российского законодательства в части работы с персоналом при решении профессиональных задач	ОПК-1.1 Применяет основные понятия и концепции организационной, управленческой, социологической и психологической теорий, российского законодательства в части работы с персоналом при решении профессиональных задач	– знать: сущность, основные концепции, функции маркетинга персонала; основы организационной, управлен-ческой, социологической и психологической теорий, российского законодательства в части работы с персоналом при ре-шении профессиональных задач. – уметь: применять маркетинговые концепции в сфере персонала для реализации стратегии организации; основные понятия и концепции организационной, управленческой, социологической и психологической теорий, российского законодательства в части работы с персоналом для решения профессиональных задач. – владеть: навыками применения инструментов маркетинга персонала для решения задач профессиональной деятельности.
	ОПК-3: Способен	ОПК-3.1	– знать: основные

	разрабатывать и осуществлять мероприятия, направленные на реализацию стратегии управления персоналом, обеспечивать их документационное сопровождение и оценивать организационные и социальные последствия	Разрабатывает мероприятия, направленные на реализацию стратегии управления персоналом	мероприятия, направленные на реализацию стратегии управления персоналом. – уметь: разрабатывать мероприятия, направленные на реализацию стратегии управления персоналом. – владеть: навыками документационного сопровождения и оценки организационных и социальных последствий, разработанных мероприятий маркетинга персонала..
		ОПК-3.2 Обосновывает способы осуществления мероприятий, направленных на реализацию стратегии управления персоналом, и оценивает организационные и социальные последствия этих мероприятий	– знать: способы осуществления мероприятий, направленных на реализацию стратегии управления персоналом. – уметь: обосновывать способы осуществления мероприятий, направленных на реализацию стратегии управления персоналом. – владеть: навыками оценки организационных и социальных последствий мероприятий, направленных на реализацию стратегии управления персоналом.

4 Объем учебной дисциплины

Семестр / курс		***ИТОГО***	***6 семестр***
Форма промежуточной аттестации			*зачет*
Трудоёмкость	*академ. час.*	***108***	*108*
	зачетных единиц	***3***	*3*
Лекции, *академ. час.*		***6***	*6*
в форме практической подготовки		***0***	*0*
Лабораторные работы, *академ. час.*		***0***	*0*
в форме практической подготовки		***0***	*0*
Практические занятия, *академ. час.*		***6***	*6*
в форме практической подготовки		***0***	*0*
Курсовая работа / проект, *академ. час.*		***0***	*0*
в форме практической подготовки		***0***	*0*
Консультации, *академ. час.*		***0***	*0*
в форме практической подготовки		***0***	*0*
Самостоятельная работа, *академ. час.*		***87***	*87*
в форме практической подготовки		***0***	*0*
Контроль, *академ. час.*		***9***	*9*
в форме практической подготовки		***0***	*0*

5 Краткое содержание учебной дисциплины

В структуре учебной дисциплины выделяются следующие основные разделы (темы):

Раздел 1 Сущность и принципы маркетинга персонала (Основные определения и подходы к маркетингу персонала. Товар "рабочая сила" в системе маркетинга. Концепции маркетинга рабочей силы. Баланс рабочей силы и рабочих мест. Функции макро- и микро-маркетинга в сфере занятости);

Раздел 2 Методологические основы маркетинга персонала (Маркетинговые исследования рынка труда. Критерии сегментирования рыночного пространства. Требования к персоналу и определение потребности в нем. Значение маркетинга персонала в привлечении и удержании персонала);

Раздел 3 Маркетинг-менеджмент рынка труда (Имидж организации как работодателя. Концепция внутреннего маркетинга. Формирование лояльности персонала. Управление маркетингом рабочей силы. Социально-экономическая эффективность маркетинга персонала).

6 Составитель(и):

старший преподаватель Бобко Татьяна Владимировна (кафедра менеджмента и отраслевой экономики).