

АННОТАЦИЯ

«Маркетинг»

Ожидаемые результаты	Учебная дисциплина обеспечивает овладение следующими компетенциями: ОПК-2-способность находить организационно-управленческие решения, оценивать результаты и последствия принятого управленческого решения и готовность нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений. ПК-1- умение определять приоритеты профессиональной деятельности, разрабатывать и эффективно исполнять управленческие решения, в том числе в условиях неопределенности и рисков, применять адекватные инструменты и технологии регулирующего воздействия при реализации управленческого решения.
Содержание курса	Маркетинг персонала: подходы к определению, принципы, уровни и виды. Эволюция маркетинга персонала. Функции маркетинга персонала. Технология маркетинга персонала. Имидж организации и его использование в маркетинге персонала. Информационная и коммуникативная функции маркетинга персонала. Применение стратегического и тактического инструментария МП организации. Маркетинговые исследования рынка труда. Планирование потребностей организации в персонале.
Промежуточная аттестация	Зачет