

АННОТАЦИЯ «Маркетинг персонала»

<p>Ожидаемые результаты</p>	<p>Учебная дисциплина обеспечивает овладение следующими компетенциями:</p> <p>ОК-3 - способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности;</p> <p>ПК-2 - знание основ кадрового планирования и контроллинга, основ маркетинга персонала, разработки и реализации стратегии привлечения персонала и умением применять их на практике;</p> <p>ПК-3 - знание 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;</p> <p>ПК-16 - владение навыками анализа и мониторинга конкурентоспособности стратегии организации в области подбора и привлечения персонала и умением применять их на практике;</p> <p>ПК-19 - владение 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;</p> <p>ПК-38 - владение 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.</p>
<p>Содержание курса</p>	<p>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.</p>
<p>Промежуточная аттестация</p>	<p>Экзамен, курсовая работа</p>