

**МИНИСТЕРСТВО ТРАНСПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**  
**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ**  
**УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**  
**«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ТРАНСПОРТА (МИИТ)»**

СОГЛАСОВАНО:

Выпускающая кафедра ЭТиУЧР  
Заведующий кафедрой ЭТиУЧР



И.А. Епишкин

08 сентября 2017 г.

УТВЕРЖДАЮ:

Директор ИЭФ



Ю.И. Соколов

08 сентября 2017 г.

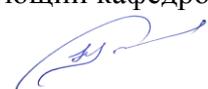
Кафедра "Экономика и управление на транспорте"

Автор Иванова Елена Алексеевна, к.т.н., доцент

**АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

**«Маркетинг персонала»**

Направление подготовки:	<u>38.03.03 – Управление персоналом</u>
Профиль:	<u>Кадровая безопасность</u>
Квалификация выпускника:	<u>Бакалавр</u>
Форма обучения:	<u>очная</u>
Год начала подготовки	<u>2015</u>

Одобрено на заседании Учебно-методической комиссии института Протокол № 1 06 сентября 2017 г. Председатель учебно-методической комиссии  Л.Ф. Кочнева	Одобрено на заседании кафедры Протокол № 2 04 сентября 2017 г. Заведующий кафедрой  Н.П. Терёшина
---	--

## 1. Цели освоения учебной дисциплины

Целями освоения учебной дисциплины «Маркетинг персонала» в соответствии с требованиями ФГОС ВО 3-го поколения являются формирование у обучающегося следующего состава компетенций: ПК-4, ПК-5, ПК-43, ПК-44, ПК-48. Дисциплина формирует знания, умения и навыки применения маркетингового инструментария в процессе управления персоналом организации, эффективного поиска и принятия управленческих решений области кадровой политики в рыночных условиях.

## 2. Место учебной дисциплины в структуре ОП ВО

Учебная дисциплина "Маркетинг персонала" относится к блоку 1 "Профессиональный цикл" и входит в его базовую часть.

## 3. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

ПК-2	знанием основ кадрового планирования и контроллинга, основ маркетинга персонала, разработки и реализации стратегии привлечения персонала и умение применять их на практике
ПК-3	знанием 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
ПК-16	владением навыками анализа и мониторинга конкурентоспособности стратегии организации в области подбора и привлечения персонала и умением применять их на практике
ПК-17	знанием основ разработки и внедрения профессиональных, в том числе корпоративных стандартов в области управления персоналом, умением составлять описания и распределять функции и функциональные обязанности сотрудников, а также функции подразделений разного уровня (карты компетенций, должностные инструкции, положения о подразделениях)
ПК-19	владением 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

## 4. Общая трудоемкость дисциплины составляет

4 зачетные единицы (144 ак. ч.).

## 5. Образовательные технологии

активные формы проведения занятий: деловая игра «Разработка стратегии маркетинга персонала организации» интерактивные формы формирования компетенций: интерактивный групповой проект «Разработка профиля привлекательности рабочего места» участие в межвузовских олимпиадах, соревнования по разбору

кейс-встреча со специалистами-практиками: лекции представителей менеджмента ОАО «РЖД» и других транспортных компаний и организаций традиционные формы: лекция.

## **6. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам)**

### **РАЗДЕЛ 1**

Роль маркетинга в управлении персоналом организации.

. Необходимость, сущность и место маркетинга персонала в кадровой политике организации

Понятие маркетинга. Исходные понятия маркетинга. Комплекс маркетинга. Обоснование применимости маркетинга в области управления персоналом. Понятие внутреннего клиента. Внутренний и внешний маркетинг

### **РАЗДЕЛ 2**

Система управления маркетинга персонала организации

Функции системы маркетинга персонала. Цели системы маркетинга персонала. Состав системы управления маркетингом персонала. Подсистемы маркетинговых исследований рынка труда, обучения, мотивации.

### **РАЗДЕЛ 3**

Функции маркетинга персонала

Маркетинговые исследования рынка труда

Среда маркетинга. Маркетинговая информация. Основные направления маркетинговых исследований персонала. Анализ спроса и предложения на рынке труда

Выявление и классификация требований к персоналу и к работодателю.

### **РАЗДЕЛ 4**

Сегментирование рынка труда и исследование системных партнеров

Сегментирование соискателей и сотрудников на основе требований к персоналу и к работодателю. Требования (запросы) к работодателю со стороны различных целевых групп

### **РАЗДЕЛ 5**

Маркетинговое планирование потребности в персонале

Стратегическое и тактическое планирование деятельности компании и потребности в персонале.

Качественная и количественная потребность в персонале. Нормативно-методические документы, обеспечивающие расчет потребности в персонале

Стратегии маркетинга персонала в периоды спада объемов работ и пиковых нагрузок.

Анализ тенденций развития техники и технологий и связанных с ними изменений в потребности в персонале

### **РАЗДЕЛ 6**

Применение стратегического и тактического инструментария маркетинга персонала организации

Тема: Стратегии формирования привлекательности рабочего места и уровня заработной платы

Цели ценообразования. Маркетинговые стратегии ценообразования. Формирование уровня заработной платы исходя из анализа потребительских расходов. Корректировка заработной платы на основе анализа предложения конкурентов

Тема: Коммуникационная стратегия и политика в маркетинге персонала.

Применение коммуникативной функции организации-работодателя на рынке труда

Формирование имиджа компании как привлекательного работодателя. Рыночная атрибутика в позиционировании компании на рынке труда.

## РАЗДЕЛ 8

Эффективность маркетинга персонала.

Конкурентоспособность стратегии организации в области подбора и привлечения персонала

Понятие конкурентоспособности. Связь деятельности в области управления персоналом и конкурентоспособности кадровой политики организации

Формирование преимуществ компании в глазах соискателей и сотрудников. Соотношение имиджа компании и уровня заработной платы в ней.

## РАЗДЕЛ 9

Социально-экономическая эффективность маркетинга персонала

Методологические подходы к оценке эффективности маркетинга персонала. Определение затрат на персонал Показатели эффективности маркетинга персонала. Управление удовлетворенностью персонала компании. Соотношение расходов на маркетинг персонала и текучести кадров, качества продукции и услуг, удовлетворенности клиентов

Экзамен