

Сибирский институт управления – филиал РАНХиГС

Кафедра управления персоналом

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Маркетинг персонала

(Б1.В.08)

краткое наименование дисциплины – марк.перс.

по направлению подготовки 38.03.03 Управление персоналом
направленность (профиль) «Управление персоналом организации»

квалификация выпускника: Бакалавр

формы обучения: очная, очно-заочная

Год набора – 2022

Автор–составитель:

к. соц. н., доцент, доцент кафедры управления персоналом СИУ РАНХиГС
Бушуева И.П.

Новосибирск, 2021

1. Цель освоения дисциплины:

Формирование профессиональных компетенций в сфере маркетинга персонала.

2. План курса:

Раздел 1. Основы маркетинга персонала и его развития

Тема 1. Содержание и развитие маркетинга персонала

Маркетинг персонала как система взаимоотношений организации с персоналом. Маркетинг персонала как система, процесс и механизм управления внутренним рынком организации. Цели и задачи маркетинга персонала. Объект и субъект маркетинга персонала. Принципы маркетинга персонала. Предпосылки возникновения маркетинга персонала. Этапы развития маркетинга персонала. Модели маркетинга персонала, разработанные Л. Берри, К. Грэнруса, П. Ахмеда и М. Рафика, И.Н. Лингса, М. Бруна, Ж.-П. Флипо. Преимущества и недостатки использования технологии маркетинга персонала на предприятии.

Тема 2. Методологические основы маркетинга персонала

Внутренний маркетинг персонала. Внешний маркетинг персонала и его подвиды (ремаркетинг, поддерживающий, демаркетинг, противодействующий, конверсионный, стимулирующий, развивающий, синхромаркетинг). Международный маркетинг персонала. Риплейсмент. Функции маркетинга персонала. Мероприятия по формированию внутренних связей организации. Интеллектуальная функция маркетинга персонала. «7Р» комплекса маркетинга персонала (П. Ахмед и М. Рафик).

Раздел 2. Маркетинговая среда предприятия

Тема 3. Организация маркетинга персонала

Разработка профессиональных требований к персоналу. Определение качественной и количественной потребности в персонале. Расчет затрат на приобретение и дальнейшее использование персонала. Выбор источников и путей покрытия потребности в персонале. Стратегии покрытия потребности в персонале. Сегментация рынка труда: факторы, определение целевых групп персонала. Анализ основных конкурентов и партнеров предприятия. Анализ внутренних ресурсов и способностей предприятия. Позиционирование рабочего места. Формирование и реализация целевого плана мероприятий.

Тема 4. Управление маркетингом персонала

Маркетинговые концепции управления персоналом. Зарубежный опыт использования маркетинга персонала. Стратегия управления маркетингом персонала. Система маркетинга персонала в организации. Функции отдела маркетинга персонала на предприятии. Особенности маркетинга предприятия на государственной службе: инструменты и маркетинг-микс.

Тема 5. Экономическая эффективность маркетинга персонала

Понятие эффективности. Различие понятий «эффективность» и «результативность». Система взаимосвязанных показателей эффективности предприятия. Взаимосвязь удовлетворенности потребителей и удовлетворенности персонала. Методика И.С. Негановой. Коэффициент удовлетворенности персонала. Матрица удовлетворенности персонала. Методика Н.Г. Зеркалий. Мероприятия по повышению эффективности маркетинга персонала на предприятии. Клиентоориентированный подход к организации.

3. Формы текущего контроля и промежуточной аттестации

Для проведения занятий по очной форме обучения

| Тема (раздел) | | Методы текущего контроля успеваемости |
|---------------|--|---|
| Раздел 1 | Основы маркетинга персонала и его развития | |
| Тема 1. | Содержание и развитие маркетинга персонала | Устный ответ на вопросы, письменный ответ на вопросы Предоставление доклада в устном виде |
| Тема 2. | Методологические основы маркетинга персонала | Устный/письменный ответ на вопросы |
| Раздел 2 | Маркетинговая среда предприятия | |
| Тема 3. | Организация маркетинга персонала | Устный ответ на вопросы, письменный ответ на вопросы Работа в группе по выполнению кейсового задания |
| Тема 4. | Управление маркетингом персонала | Работа в группе по выполнению кейсового задания |
| Тема 5. | Экономическая эффективность маркетинга персонала | Электронное тестирование с использованием специализированного программного обеспечения |

Для проведения занятий по заочной форме обучения

| Тема (раздел) | | Методы текущего контроля успеваемости |
|---------------|--|---|
| Раздел 1 | Основы маркетинга персонала и его развития | |
| Тема 1. | Содержание и развитие маркетинга персонала | Устный/письменный ответ на вопросы |
| Тема 2. | Методологические основы маркетинга персонала | |
| Раздел 2 | Маркетинговая среда предприятия | |
| Тема 3. | Организация маркетинга персонала | Работа в группе по выполнению кейсового задания |
| Тема 4. | Управление маркетингом персонала | |
| Тема 5. | Экономическая эффективность маркетинга персонала | Письменный ответ на задания контрольной работы |

Форма промежуточной аттестации – зачет

Зачет проводится в форме устного собеседования по вопросам билета (очная и заочная формы обучения)..

4. Основная литература

1. Масалова, Ю. А. Маркетинг персонала : учеб. пособие / Ю. А. Масалова. — Новосибирск : Новосиб. гос. ун-т экономики и упр. «НИНХ», 2017. — 197 с. — ISBN 978-5-7014-0793-8. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/87128.html> (дата обращения: 11.01.2022). — Режим доступа: электрон.-библиотечная система «IPRbooks», требуется авторизация.

2. Патласов, О. Ю. Маркетинг персонала : учебник для бакалавров / О. Ю. Патласов. — Москва : Дашков и К, 2018. — 384 с. — ISBN 978-5-394-02354-5. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/85252.html> (дата обращения: 11.01.2022). — Режим доступа: электрон.-библиотечная система «IPRbooks», требуется авторизация.