

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

### Б1.В.14 МАРКЕТИНГ ПЕРСОНАЛА

**Наименование образовательной программы:** *Стратегическое и операционное управление персоналом организации*

**Код и наименование направления подготовки:** *38.03.03 «Управление персоналом» (уровень бакалавриата)*

**Форма обучения:** *очная*

**Планируемые результаты освоения дисциплины:** *Способен применять знания основных положений и принципов в сфере стратегического и операционного управления персоналом организации в маркетинговой деятельности*

**Объем дисциплины:** *общая трудоемкость дисциплины составляет 2з.е. (72а.ч.), количество академических часов, выделенных на контактную работу с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся: очная форма обучения: лекции – 32а.ч., практические занятия – 40а.ч., самостоятельная работа – 20 ч., контроль – 4 ч.*

**Структура дисциплины:** *Тема 1. Основы маркетинга персонала: содержание основных понятий, функции. Тема 2. Субъекты маркетинга персоналом. Тема 3. Управление маркетингом персонала содержание основных понятий. Тема 4. Технологии маркетинга персонала управления. Тема 5. Корпоративный имидж: основные направления конструирования.*

**Форма промежуточной аттестации:** *зачет 4 семестр*

#### **Основная литература:**

1. Исаенко, Е.В. *Кадровый рекрутинг [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов.*— М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. — 351 с. Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/34533>.

2. Чумиков, А.Н. *Реклама и связи с общественностью. Имидж, репутация, бренд [Электронный ресурс]: учебное пособие.* М.: Аспект Пресс, 2012. — 159 с. Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/8976>.— ЭБС «IPRbooks».

3. Пономарева, А.М. *Основы кадрового рекрутинга: организация, планирование, оценка эффективности [Электронный ресурс] : учебно-методическое пособие.* — М.: Финансы и статистика, 2014. — 192 с. Режим доступа: [http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1\\_id=69201](http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1_id=69201)