

СИЛАБУС

навчальної дисципліни «МАРКЕТИНГ ПЕРСОНАЛУ»

Спеціальність	075 Маркетинг
Освітня програма	Диджитал маркетинг
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Статус навчальної дисципліни	вибіркова
Курс / семестр вивчення	4 курс / 7 семестр
Кількість кредитів ЄКТС	3
Розподіл за видами занять та годинами навчання	Лекції - 16 год.
	Практичні заняття – 16 год.
	Самостійна робота – 58 год.
Вид індивідуального завдання	контрольна робота
Форма підсумкового контролю	екзамен
Кафедра (назва, № кабінету, корпоративна e-mail)	Кафедра маркетингу, фінансів, банківської справи та страхування, каб. № 115
Дні занять	Згідно розкладу
Консультації	Очні консультації: згідно розкладу. Дистанційні: згідно розкладу.
Анотація навчальної дисципліни:	
Основним змістом освітньої компоненти «Маркетинг персоналу» є набуття здобувачами освіти системи знань та умінь щодо особливостей діяльності персоналу організації на ринку праці, планування кількісної потреби в кадрах; засвоєння принципів стратегічного планування у сфері маркетингу персоналу; ознайомлення з практичними аспектами управління маркетингом персоналу на підприємстві.	
Мета навчальної дисципліни:	засвоєння здобувачами освіти знань щодо діяльності кадрових служб з визначення потреби в персоналі та її задоволення, аналіз діяльності маркетингових служб у сфері управління персоналом
Мета орієнтована на формування у студентів таких компетентностей:	ЗК1. Здатність приймати обґрунтовані рішення. ЗК3. Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт. ЗК5. Навички міжособистісної взаємодії. СК4. Здатність застосовувати творчий підхід до роботи за фахом. СК6. Здатність обирати і застосовувати ефективні засоби управління маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта на рівні організації, підрозділу, групи, мережі. СК7. Здатність розробляти і аналізувати маркетингову стратегію ринкового суб'єкта та шляхи її реалізації з урахуванням міжфункціональних зв'язків.

<p>Результати навчання (відповідно до освітньо-професійної програми)</p>	<p>ПРН 3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу. ПРН 4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію. ПРН 8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища. ПРН 11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта. ПРН 12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним. ПРН 13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи. ПРН 21. Демонструвати здатність самостійного прийняття рішень, розробляти достатню кількість альтернативних варіантів, обирати оптимальні рішення та нести відповідальність за їх реалізацію.</p>
<p>Очікувані результати навчання:</p>	<p>ОРН 1. Застосовувати набуті знання для розуміння кадрового забезпечення підприємства. ОРН 2. Застосовувати набуті знання для виявлення, постановки та вирішення завдань щодо оптимізації працівників. ОРН 3. Застосовувати набуті знання для виявлення, постановки та вирішення завдань щодо формування кадрового складу підприємства. ОРН 4. Визначати ділові та особисті якості персоналу, необхідні для здійснення ними професійної діяльності. ОРН 5. Здійснювати планування, організацію навчання і розвитку персоналу.</p>
<p style="text-align: center;">Перелік тем:</p> <p>Тема 1. Теоретико-методологічні засади маркетингу персоналу Тема 2. Маркетинг персоналу на ринку праці Тема 3. Визначення потреби в персоналі Тема 4. Пошук, набір і відбір персоналу Тема 5. Оцінка діяльності персоналу Тема 6. Навчання і розвиток персоналу організації Тема 7. Управління маркетингом персоналу Тема 8. Стратегічний маркетинг персоналу</p>	

Рекомендована література

1. Котлер Ф. Армсторг Г. Основи маркетингу: навч. посібник. Київ : Науковий Світ, 2023. 880 с.
2. Кудла, Н. Є. Управління персоналом в туризмі: навч. посіб. Львів : ЛТЕУ, 2022. 248 с.
3. Навчальний посібник: Конспект лекцій з навчальної дисципліни «Маркетинг персоналу та HR-брендинг»: навч. посіб. / Т.В. Павленко; КПІ ім. І. Сікорського. Київ: КПІ ім. І. Сікорського, 2022. 97с
4. Новітні технології управління персоналом: навч. посіб. / І. М. Сочинська Сибірцева, О. В. Сторожук, А. О. Доренська. Кропивницький : ЦНТУ, 2023. 278 с.
5. Сенишин О. С., Кривешко О. В. Маркетинг : навч. посібник. Львів : Львівський національний університет імені Івана Франка, 2020. 347 с

Система оцінювання результатів навчання:

Схема розподілу балів:

Екзамен	50 балів (поточний контроль)	10 балів (контроль виконання індивідуальних завдань)	40 балів (підсумковий контроль)
Залік	70 балів (поточний контроль)	30 балів (контроль виконання індивідуальних завдань)	

Мінімальний пороговий рівень з кожного виду контролю:

Екзамен	30 балів (поточний контроль)	5 балів (контроль виконання індивідуальних завдань)	25 балів (підсумковий контроль)
Залік	45 балів (поточний контроль)	15 балів (контроль виконання індивідуальних завдань)	

Накопичування рейтингових балів з навчальної дисципліни:

Накопичування рейтингових балів з навчальної дисципліни (поточний контроль) відбувається під час оцінювання контролю знань таких видів навчальних робіт:

- 1) Доповіді, виступи на семінарських заняттях;
- 2) Звіти з виконання практичних робіт;
- 3) Усне опитування;
- 4) Письмові роботи з засвоєння тем курсу;
- 5) Виконання завдань самостійної роботи

Шкала оцінювання результатів навчання:

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Шкала ЄКТС	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену, курсового проєкту (роботи)	для заліку
90-100	A	відмінно	зараховано
82-89	B	добре	
74-81	C		

64-73	D	задовільно	
60-63	E		
35-59	FX	незадовільно з можливістю повторного складання	не зараховано з можливістю повторного складання
1-34	F	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

Політика курсу:

Політика дотримання академічної доброчесності

Викладання навчальної дисципліни ґрунтується на засадах академічної доброчесності. Порушеннями академічної доброчесності вважаються: академічний плагіат, фабрикація, фальсифікація, списування.

За порушення академічної доброчесності студенти можуть бути притягнені до такої академічної відповідальності: повторне проходження оцінювання (контрольна робота, іспит тощо); повторне проходження відповідного освітнього компонента освітньої програми.

Комунікаційна політика

Студенти повинні мати активовану пошту.

Обов'язком студента є перевірка один раз на тиждень (щонеділі) поштової скриньки та відвідування, перегляд інформації в Viber, Телеграм-каналах групи.

Протягом тижнів самостійної роботи обов'язком студента є робота з дистанційним курсом «Маркетинг персоналу».

Усі письмові запитання до викладачів стосовно курсу мають надсилатися на університетську електронну пошту кафедри.

Політика щодо пропусків занять

Студенти мають відвідувати лекційні й практичні (семінарські) заняття. Відсутність студента на занятті може бути виправдана поважною причиною. Поважними причинами відсутності вважаються: хвороба, участь у Всеукраїнській студентській олімпіаді, Всеукраїнському конкурсі студентських наукових робіт чи будь-якому іншому заході, який можна віднести до заходів, що сприяють розвитку студентів і поліпшенню іміджу університету (факультету).

Політика щодо виконання навчальних завдань пізніше встановленого терміну

Студенти мають виконувати всі навчальні завдання у встановлені терміни. Студент, який не виконав ту чи іншу кількість навчальних завдань вчасно й хоче надолужити прогаване, може звернутися по допомогу до викладача.

Політика щодо оскарження оцінювання

Якщо студент не згоден з оцінюванням його знань він може оскаржити виставлену викладачем оцінку у встановленому порядку.

Бонуси

Студенти, які регулярно відвідували лекції (мають не більше двох пропусків без поважних причин) та мають написаний конспект лекцій отримують додатково 2 бали до результатів оцінювання до підсумкової оцінки.