Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Клочков Юрий Сергеевич
Должность: и.о. ректора
Дата подписания: 02.07.2024 10:54:18
Уникальный программный ключ:
4e7c4ea90328ec8e65c5d8058549a2538d7400d1

Аннотация рабочей программы дисциплины
Основы менеджмента и маркетинг персонала
основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки
43.03.01 Сервис

Направленность Кадровый и правовой сервис в отрасли

1. Цели изучения дисциплины

Получение студентами знаний о теоретических основах управления социально-экономической системой, сущности, принципах, законах и способах организации управленческой деятельности, нацеленной на предпринимательский успех, а также обеспечение студентов необходимым объемом теоретических знаний и практических навыков в области маркетинговой деятельности (персонал) организаций; получение знаний по функционированию внешней и внутренней маркетинговой (в области персонала) среды организации и использование различных маркетинговых концепций на этапах развития маркетинга персонала.

2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы

Дисциплина Б 1.О.26 «Основы менеджмента и маркетинг персонала»относится к дисциплинам обязательной части учебного плана.

3. Результаты освоения дисциплины: формируемые компетенции и индикаторы их достижения

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции (ИДК)	Код и наименование результата обучения по дисциплине (модулю)
ОПК-2 Способен осуществлять основные функции управления сервисной деятельностью	Знать: ОПК-2.3.4. Понятие, виды, методы и технологии управления сервисной деятельностью, структурными подразделений и персоналом сферы сервиса разных типов.	Знать: ОПК-2.3.4.1. Основные цели, задачи и функции, основы менеджмента и маркетинга персонала с позиции кадрового и правового сервиса, учитывая спецификутехнологии управления сервисной деятельностью.
	Уметь: ОПК-2.У.2. Использовать методы и технологии управления сервисной деятельностью, структурными подразделений и персоналом сферы сервиса разных типов.	Уметь: ОПК-2.У.2.1. Анализировать информацию, оценивать ситуации, разрабатывать и обосновывать варианты планирования менеджмента и маркетинга персонала, выбирая наиболее эффективные из них с позиции кадрового и правового сервиса.
	Владеть: ОПК-2.В.1. Навыками определения цели и задач управления сервисной деятельностью структурными подразделений и персоналом объектов сферы сервиса разных типов.	Владеть: ОПК-2.В.1.1 Навыками сбора информации для анализа рынка образовательных, консалтинговых и иных видов услуг в области работы с персоналомобъектов сферы сервиса.
	Владеть: ОПК-2.В.2. Методами и приемами планирования, организации, мотивации, координации и контроля сервисной деятельности, структурных подразделений и персонала объектов сферы сервиса разных типов.	Владеть: ОПК-2.В.2.1 Навыками анализа конкурентоспособности стратегии организации в области подбора и привлечения персонала.
ОПК-4 Способен осуществлять исследование рынка, организовывать продажи и продвижение сервисных продуктов	Знать: ОПК-4. З.1. Теоретические основы маркетинга персонала, основы маркетинговых исследований сервисного рынка, потребителей, конкурентов, организации продаж и продвижении сервисных продуктов.	Знать: ОПК-4. З.1.1 Содержание маркетинговой концепции управления и ее применение в управлении персоналом.
	Знать: ОПК-4. З.2. Теоретические основы PR-деятельности и социальной рекламы в работе с персоналом; особенности влияния СМИ на формирование общественного мнения и взаимодействия с ними.	Знать: ОПК-4. З.2.1 Основные методические подходы к анализу и диагностики, применимых для исследований конкретных ситуаций рынка.
	Уметь: ОПК-4. У.1. Проводить исследование сервисного рынка, потребителей, конкурентов, формировать предложения по улучшению организации продаж и продвижению сервисных продуктов.	Уметь: ОПК-4. У.1.1 Систематизировать и обобщать информацию о состоянии внутренней и внешней среды организации.

	Уметь: ОПК-4.У.2. Проводить анализ покупательских предпочтений по сервисным продуктам при организации продаж и продвижении сервисных продуктов.	Уметь: ОПК-4.У.2.1 Осуществлять сбор информации и проводить анализпокупательских предпочтений.
	Владеть: ОПК-4.В.1. Навыками исследования рынка и перспективного спроса на сервисные продукты для определения и покрытия потребности в персонале.	Владеть: ОПК-4.В.1.1 Методами принятия и реализации управленческих решений, основанных на исследованиях перспективного спроса на сервисные продукты, для разработки и внедрения их в организации.
	Владеть: ОПК-4.В.2. Методами исследования рынка, организации продаж и продвижении сервисных продуктов с целью определения потребности в персонале	Владеть: ОПК-4.В.2.1 Методами принятия и реализации управленческих решений, основанных наисследованиях рынка, организации продаж и продвижении сервисных продуктов с целью определения потребности в персонале.

4. Общая трудоемкость дисциплины
составляет 3 зачетных единицы, 108 часов в 3 семестре
составляет 3 зачетных единицы, 108 часов в 4 семестре
Всего - 6 зачетных единицы, 216 часов

5. Форма промежуточной аттестации
заочная форма обучения: зачет -3 семестр
экзамен - 4 семестре

Рабочую программу разработала Гурьева М.А., доцент, канд. эконом. наук, доцент

Заведующий кафедрой ЭОП**О.В. Ямова**