Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Клочков Юрий Сергеевич
Должность: и.о. ректора
Дата подписания: 01.07.2024 17:34:46
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 «Основы менеджмента и маркетинг персонала» относится к дисциплинам базовой, 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
ОПК-2 Способен осуществлять основные функции управления сервисной деятельностью	ОПК-2.4. сравнивать и использовать виды, методы и технологии управления сервисной деятельностью, структурными подразделениями и персоналом сферы сервиса разных типов.	Знать: З1: основные цели, задачи и функции, основы менеджмента и маркетинга персонала с позиции кадрового и правового сервиса, с учетом специфики технологий управления сервисной деятельностью. Уметь: У1: применять на практике основные цели, задачи и функции, основы менеджмента и маркетинга персонала с позиции кадрового и правового сервиса, с учетом специфики технологий управления сервисной деятельностью. Владеть: В1: практическими навыками и использовать в профессиональной деятельности знания об основных целях, задачах и функциях, основах менеджмента и маркетинга персонала с позиции кадрового и правового сервиса, с учетом специфики технологий управления сервисной деятельностью.

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

Сертификат: 6FA44C50384686A8E7BD5E27735179BC
Владелец: Ефремова Вероника Васильевна
Действителен: с 14.06.2022 до 07.09.2023

	ОПК-2.7. использовать различные методы и приемы планирования, организации, мотивации, координации и контроля сервисной деятельности, структурных подразделений и персонала объектов сферы сервиса разных типов.	Знать: З2: основные теоретические подходы к анализу информации, оценки ситуаций, разработки и обоснования вариантов планирования менеджмента и маркетинга персонала, выбирая наиболее эффективные из них с позиции кадрового и правового сервиса. Уметь: У2: 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: В2: практическими навыками и использовать в профессиональной деятельности инструменты и технологии анализа информации, оценки ситуаций, разработки и обоснования вариантов планирования менеджмента и маркетинга персонала, выбирая наиболее эффективные из них с позиции кадрового и правового сервиса.
ОПК-4 Способен осуществлять исследование рынка, организовывать продажи и продвижение сервисных продуктов	ОПК-4.1. применять теоретические основы маркетинга персонала, основы маркетинговых исследований сервисного рынка, потребителей, конкурентов, организации продаж и продвижении сервисных продуктов.	Знать: З3: основные методические подходы к анализу и диагностике, применимых для исследований конкретных ситуаций рынка, подкрепленных актуальной информацией для анализа рынка образовательных, консалтинговых и иных видов услуг в области работы с персоналом объектов сферы сервиса. Уметь: У 3: применять на практике основные методические подходы к анализу и диагностике, применимых для исследований конкретных ситуаций рынка, подкрепленных актуальной информацией для анализа рынка образовательных, консалтинговых и иных видов услуг в области работы с персоналом объектов сферы сервиса. Владеть: В3: практическими навыками и использовать в профессиональной деятельности основные методические подходы к анализу и диагностике, применимых для исследований конкретных ситуаций рынка, подкрепленных актуальной информацией для анализа рынка образовательных, консалтинговых и иных видов услуг в области работы с персоналом объектов сферы сервиса.
	ОПК-4.2. учитывать особенности PR-деятельности и социальной рекламы в работе с персоналом; особенности влияния СМИ на формирование общественного мнения и взаимодействия с ними.	Знать: З4: особенности и влияние PR-деятельности и социальной рекламы в работе с персоналом сервисного предприятия; способы формирования общественного мнения и технологии взаимодействия через СМИ о деятельности сервисного предприятия. Уметь: У4: оказывать влияние в сфере PR-деятельности и социальной рекламы в работе с персоналом сервисного предприятия; формировать общественное мнение через технологии взаимодействия в СМИ о деятельности сервисного предприятия. Владеть: В 4: практическими навыками и использовать в профессиональной деятельности технологии влияния PR-деятельности и социальной рекламы при формировании общественного мнения через взаимодействие в СМИ о деятельности сервисного предприятия.

	ОПК-4.5. проводить исследование сервисного рынка, потребителей, конкурентов, формировать предложения по улучшению организации продаж и продвижению сервисных продуктов.	Знать: З5: основные методические подходы к систематизации и обобщению информации о состоянии внутренней и внешней среды сервисного предприятия. Уметь: У5: разрабатывать соответствующие программы по повышению эффективности организации продаж и продвижению сервисных продуктов. Владеть: В5: практическими навыками и использовать в профессиональной деятельности основные методические подходы к систематизации и обобщению информации о состоянии внутренней и внешней среды сервисного предприятия при разработке соответствующих программ по повышению эффективности организации продаж и продвижению сервисных продуктов
	ОПК-4.6. проводить анализ покупательских предпочтений по сервисным продуктам при организации продаж и продвижении сервисных продуктов.	Знать: З.6: основные теоретические положения по сбору информации и проведению анализа покупательских предпочтений среди основных сервисных продуктов, используя в дальнейшей деятельности полученные результаты. Уметь: У 6: осуществлять сбор информации и проводить анализ покупательских предпочтений среди основных сервисных продуктов, используя в дальнейшей деятельности полученные результаты. Владеть: В 6: практическими навыками и использовать в профессиональной деятельности инструменты по сбору информации и проведению анализа покупательских предпочтений среди основных сервисных продуктов, используя в дальнейшей деятельности полученные результаты.
	ОПК-4.7. разрабатывать и планировать мероприятия по связям с общественностью с целью повышение эффективности продаж и продвижения сервисных продуктов.	Знать: З 7: основные теоретические подходы по разработке программ мероприятий по повышению эффективности продаж и продвижению сервисных продуктов в сфере связей с общественностью, включая использование инструментов контент-маркетинга в разнообразной среде сети Internet. Уметь: У 7: разрабатывать программы мероприятий по повышению эффективности продаж и продвижению сервисных продуктов в сфере связей с общественностью, включая использование инструментов контент-маркетинга в разнообразной среде сети Internet. Владеть: В7: практическими навыками и использовать в профессиональной деятельности инструменты для разработки программ мероприятий по повышению эффективности продаж и продвижению сервисных продуктов в сфере связей с общественностью, включая использование инструментов контент-маркетинга в разнообразной среде сети Internet.

	ОПК-4.8. планировать PR-деятельность, разработку и распространение социальной рекламы в работе с персоналом при организации продаж и продвижении сервисных продуктов, осуществлять текущий мониторинг (контроль) эффективности действий при проведении мероприятий по связям с общественностью.	Знать: З8: о PR-деятельности, digital-маркетинге и их основных инструментах, способах рекламы с использованием различных социальных сетей. Уметь: У.8: осуществлять основные процедуры контроллинга и мониторинга эффективности действий и контента при проведении мероприятий по связям с общественностью и применять полученные знания в работе с персоналом при организации продаж и продвижении сервисных продуктов. Владеть: В 8: практическими навыками и использовать в профессиональной PR-деятельности основные инструменты, способы рекламы в различных социальных сетях и применять полученные знания в работе с персоналом при организации продаж и продвижении сервисных продуктов.
	ОПК-4.9. использовать навыки исследования рынка и перспективного спроса на сервисные продукты для определения и покрытия потребности в персонале.	Знать: З 9: о существующих методах принятия и реализации управленческих решений, основанных на исследованиях рынка, организации продаж и продвижении сервисных продуктов с целью определения потребности в персонале. Уметь: У 9: использовать методы принятия и реализации управленческих решений, основанных на исследованиях рынка, организации продаж и продвижении сервисных продуктов с целью определения потребности в персонале. Владеть: В 9: практическими навыками и использовать в профессиональной деятельности методы принятия и реализации управленческих решений, основанных на исследованиях 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, 2 курс.
составляет 3 зачетных единицы, 108 часов в 4 семестре, 2 курс.
Всего - 6 зачетных единицы, 216 часов

5. Форма промежуточной аттестации

заочная форма обучения: зачет - 3 семестр, 2 курс.
экзамен - 4 семестре, 2 курс.

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

Заведующий кафедрой ЭОП _____ Е. А. Корякина