



МАУП

Навчально-науковий інститут управління, економіки та бізнесу

Кафедра управління персоналом та економіки праці

ЗАТВЕРДЖУЮ:
Директор ННІУЕБ

_____ І.А Семенець-Орлова
"_____" "_____" 2024 р.

Схвалено на засіданні кафедри УПЕП
Протокол № 1 від "30" серпня 2024 р.
Завідувач кафедри

_____ Г. А. Дмитренко

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Маркетинг персоналу

спеціальності: _____ 051 «Економіка»
(шифр і назва спеціальності)

освітнього рівня _____ другий (магістерський)
(назва освітнього рівня, ОКР)

Освітньої програми: **«Управління персоналом та економіка праці»**

Розробник силабусу навчальної дисципліни:

Головач Наталія Василівна - кандидат педагогічних наук, доцент,
професор кафедри управління персоналом та економіки праці

(підпис)

Викладач:

Головач Наталія Василівна - кандидат педагогічних наук, доцент,
професор кафедри управління персоналом та економіки праці

(підпис)

Силабус розглянуто на засіданні управління персоналом та економіки праці
Протокол від "30" серпня 2024 р. № 1

Завідувач кафедри _____ Г.А.Дмитренко
(підпис)

Силабус перевірено

28.08.2024 р.

Заступник директора _____ І .І. Каліна

Загальна інформація про навчальну дисципліну

Назва навчальної дисципліни	Маркетинг персоналу
Шифр та назва спеціальності	051 «Економіка»
Рівень вищої освіти	другий (магістерський) рівень вищої освіти
Статус дисципліни	вибіркова
Кількість кредитів і годин	4 кредита/120 год Лекції : 20 Семінарські заняття: 14 Самостійна робота студентів: 86
Терміни вивчення дисципліни	1 семестр
Мова викладання	українська
Вид підсумкового контролю	іспит
Сторінка дисципліни на сайті	http://maup.com.ua/ua/pro-akademiyu/instituti/institut-ekonomiki/kafedra-ekonomiki.htm

Загальна інформація про викладача. Контактна інформація.

	<i>Головач Наталія Василівна</i>
	кандидат педагогічних наук
	доцент
	професор кафедри управління персоналом та економіки праці
Дисципліни, які викладає НПП	Вступ до спеціальності «Економіка», Управління персоналом, Мотивація персоналу, Розвиток персоналу, Служба персоналу, Маркетинг персоналу, Просемінар з економіки та управління персоналом, Психологія виробничих груп, Теорія і практика само менеджменту, Тренінг з психології управління
Напрями наукових досліджень	Економіка, управління персоналом, мотивація персоналу, розвиток персоналу, управління трудовим потенціалом, стратегія розвитку освіти, формування та розвиток громадянського суспільства
Посилання на реєстри ідентифікаторів для науковців	https://orcid.org/0000-0002-6215-6575 https://scholar.google.com.ua/citations?hl=uk&user=HYF-CfMAAAAJ&view_op=list_works&sortby=pubdate
Контактна інформація викладача:	
E-mail:	n_golovach@ukr.net
Контактний тел.	+38(097)8855323
Телефон кафедри	(044) 490-95-00, вн. 15-14
Портфоліо викладача на сайті кафедри/Інституту/Академії	https://maup.com.ua/ua/pro-akademiyu/instituti/institut-ekonomiki/kafedra-upravlinnya-personalom-ekonomiki-praci.html

Анотація курсу. Дисципліна “Маркетинг персоналу” вивчається як спеціальний курс у вищих закладах освіти, навчальних центрах та інститутах підготовки і підвищення кваліфікації кадрів. Реалізується на другому і третьому ступенях вищої (у тому числі післядипломної) освіти на факультетах і відділеннях управлінських спеціальностей.

Програмою передбачено такі методи активного навчання: проблемні лекції, семінари і тематичні дискусії, контрольні і випускні роботи, імітаційні вправи, аналіз ситуацій, розігрування ролей, ділові ігри.

Мета та завдання дисципліни.

Мета викладання дисципліни “Маркетинг персоналу” — сформувати у студентів знання маркетингу персоналу, тобто ринкової філософії у сфері управління персоналом організації, навички та уміння, розвинути здібності, які допоможуть менеджерам здійснювати управлінську, організаційну, методичну, діагностичну, інноваційну діяльність при керуванні організаціями з урахуванням вимог часу до професійного й особистісного розвитку людини, сучасної парадигми розвитку суспільства.

Завдання вивчення дисципліни:

1. Сприяти розумінню сутності і значення для суспільства людської цивілізації загалом, формування вимог до професійного й особистісного розвитку людини і діяльності, спрямованої на їх практичну реалізацію, а також усвідомленню місця і ролі курсу “Маркетинг персоналу” в теорії і практиці управління, у зміні освітньої парадигми, в універсумі людської діяльності.

2. Сформувати знання методологічних основ маркетингу персоналу й уміння використовувати їх у практичній діяльності.

3. Розвивати здібності методологічного мислення у сфері управління маркетингом персоналу; до стратегічного бачення маркетингу в системі людської життєдіяльності і діяльності; уміння використовувати освітні технології, орієнтовані на маркетингову філософію професійного й особистісного становлення персоналу організацій; самостійно і цілеспрямовано розвивати свої професійні й особистісні якості.

Пререквізити та постреквізити навчальної дисципліни: Курс «Маркетинг персоналу» безпосередньо пов’язаний з дисциплінами менеджмент персоналу, маркетинг персоналу, служба персоналу, організація праці менеджера, економіка підприємств та ін., покликаний закласти основи аналізу робіт щодо організації та забезпечення розвитку персоналу, розробки стратегії розвитку персоналу, залучення кандидатів на вакантну посаду з використанням діагностичних експертиз для виявлення кадрового потенціалу; розробляти комплексну методику оцінювання персоналу, розробки програм розвитку персоналу та ін.

Програмні компетентності.

Компетентність	Ступінь сформованості компетентності	Оцінювання
Здатність розробляти професійні вимоги до персоналу; визначати якісні і кількісні потреби в персоналі	Повністю. Співвідноситься з метою курсу	Підсумкове (залік)
Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу	Частково, в аспекті виконання завдань, передбачених професійною діяльністю за спеціалізацією освітньої програми	Поточне, рубіжне (модульний контроль), підсумкове (залік)
Здатність розробляти і реалізовувати заходи щодо напрямків маркетингу персоналу	Частково. Разом з іншими освітніми компонентами освітньої програми	Поточне, рубіжне (модульний контроль), підсумкове (залік)
Здатність здійснювати дослідження маркетингової діяльності у сфері управління персоналом	Частково. Разом з іншими освітніми компонентами освітньої програми	Поточне, рубіжне (модульний контроль), підсумкове (залік)

Здатність обґрунтовувати управлінські рішення щодо ефективного залучення та використання персоналу	Частково. Разом з іншими освітніми компонентами освітньої програми	Поточне, рубіжне (модульний контроль), підсумкове (залік)
Здатність використовувати передові школи управління у сфері маркетингу персоналу	Частково. Разом з іншими освітніми компонентами освітньої програми	Поточне, рубіжне (модульний контроль), підсумкове (залік)

Зміст навчальної дисципліни.

Курс <u>1</u> Семестр <u>2</u>		Кількість годин, з них:						Примітка
№	Обсяг в кредитах ЄКТС /Всього годин <u>120</u> у семестрі <u>4</u> Назва теми	лек (Л)	сем (СЗ)	пра. (ПЗ)	інд. (ІК)	са (С)	ф	
Змістовий модуль І. Теоретико-методологічні основи маркетингу персоналу								
1.	Маркетинг персоналу як управлінська діяльність	1				6	С	
2.	Система управління маркетингом персоналу	1	2			6	у	
3.	Організація маркетингу персоналу	2				6	пк	
4.	Інформаційний маркетинг персоналу	2		4		6	кр	
Змістовий модуль ІІ. Маркетинг персоналу організації								
5.	Розробка вимог до персоналу організації	2				6	У	
6.	Визначення потреби в персоналі	2				6	кр	
7.	Розрахунок планових витрат на персонал	1				6	У	
Змістовий модуль ІІІ. Стратегічний маркетинг персоналу								
8.	Маркетингова оцінка і мотивація персоналу	1				6	пк	
9.	Прогностичні аспекти розвитку маркетингу персоналу	1				8	т	
1.	Стратегії маркетингу персоналу в економіці ринкового типу	2		2		8	ср	МК
	Всього – 120 год.	20	14			86		

Технічне й програмне забезпечення /обладнання – обладнання–програми та сервіси для перевірки оригінальності текстів (Plagiatus, Antiplagiat, Unichek). Ознайомитися із наявними в Академії програмами і сервісами можна: корп. №24.

- Виконання завдань у встановлений термін.
- Відпрацювання пропущених занять можливе під час самостійної підготовки та консультацій викладача.
- Дотримання академічної доброчесності.
- Презентації та доповіді мають бути авторськими і оригінальними.
- Клімат в аудиторії є дружнім, творчим, відкритим до конструктивної самоіронії.
- Виконання завдань у встановлений термін.
- Відпрацювання пропущених занять можливе під час самостійної підготовки та консультацій викладача.
- Дотримання академічної доброчесності.

- Презентації та доповіді мають бути авторськими і оригінальними.

Політика курсу - - Передбачає роботу в команді.

- Клімат в аудиторії є дружнім, творчим, відкритим до конструктивної самоіронії.
- Виконання завдань у встановлений термін.
- Відпрацювання пропущених занять можливе під час самостійної підготовки та консультацій викладача.
- Дотримання академічної доброчесності.
- Презентації та доповіді мають бути авторськими і оригінальними.

Зміст дисципліни: Курс складається з трьох змістових модулів. Кожен модуль, у свою чергу, складається з лекційної та семінарської частин:

- **Змістовий модуль 1** «Теоретико-методологічні основи маркетингу персоналу» (лекційні теми 1-4, семінарські теми 2, 4);
- **Змістовий модуль 2** «Маркетинг персоналу організації» (лекційна тема 5-7, семінарські теми 6,7);
- **Змістовий модуль 3** «Стратегічний маркетинг персоналу» (лекційна тема 8-10, семінарські теми 9, 10).

Форми і методи навчання.

Основними видами навчальних аудиторних занять є **лекції, семінарські заняття, консультації.**

При викладанні **лекційного матеріалу** передбачено поєднання таких форм і методів навчання, як лекції-бесіди, лекції-візуалізації.

Лекція-бесіда забезпечує безпосередній контакт викладача з аудиторією і дозволяє привернути Вашу увагу до найбільш важливих питань теми лекції, визначити у процесі діалогу особливості сприйняття навчального матеріалу. Ви маєте можливість обмірковувати поставлені запитання, робити самооцінку рівня своєї підготовки, навчитися самостійно формулювати висновки і узагальнення.

Лекція-візуалізація включає візуальну форму подачі лекційного матеріалу технічними засобами навчання. Читання такої лекції зводиться до розгорнутого або короткого коментування викладачем візуальних матеріалів, що переглядаються.

При проведенні **семінарських занять** передбачено поєднання таких форм і методів навчання як робота у малих групах, рольові ігри, дискусія, публічний виступ, групові проекти та кейс-завдання.

Ви працюєте з інформацією вдома, зокрема з використанням мережі Інтернет (див. *рекомендовану літературу*), під час занять виконуєте усні та письмові завдання, виступаєте з доповідями і презентаціями, підготовленими як групою так і індивідуально, моделюєте поведінку у конкретних професійних ситуаціях. Програмою курсу передбачено такі проекти:

- Виступ за темою **індивідуального завдання**.
- Виступ-інформування за темами семінарських занять;
- Графоаналітичні завдання;
- Розрахункові завдання.

Оцінювання знань здійснюється відповідно до «Положення про оцінювання навчальних досягнень здобувачів вищої освіти у ПрАТ «ВНЗ «МАУП» (<https://drive.google.com/file/d/1ENRncPY-dU2qLke7awVKn1OdfG88Hg8D/view>).

Система оцінювання навчальних досягнень

Вид діяльності здобувача	Модуль 1	Модуль 2	Модуль 3
--------------------------	----------	----------	----------

		кількість одиниць	максимальна кількість балів	кількість одиниць	максимальна кількість балів	кількість одиниць	максимальна кількість балів
Відвідування лекцій	1	2	2	2	2	4	4
Відвідування семінарських занять	1	1	1	1	1	3	3
Відвідування практичних занять	1	-	-	-	-	-	-
Робота на семінарському занятті	10	1	10	1	10	3	30
Робота на практичному занятті	10	-	-	-	-	-	-
Лабораторна робота (в тому числі допуск, виконання, захист)	-	-	-	-	-	-	-
Виконання завдань для самостійної роботи	5	3	15	3	15	6	30
Виконання модульної роботи							
Виконання ІНДЗ	15		15		15		15
Разом		43		43		82	
Максимальна кількість балів:							168
168:100=1,68. Здобувач набрав Х балів; Розрахунок: $X:1,68 =$ загальна кількість балів.							

Завдання для самостійної роботи та критерії її оцінювання.

Під час вивчення курсу виконуються завдання для самостійних робіт до кожної з 13 тем (завдання до самостійної роботи див.: Робоча навчальна програма дисципліни). **Критерії оцінювання:**

- змістовність – 4 бали
- відповідність темі та вимогам оформлення – 1 бали.

Максимальна кількість балів за самостійну роботу – **5 балів**.

Форми проведення модульного контролю та критерії оцінювання.

Модульний контроль відбувається в кінці вивчення блоків змістових модулів і здійснюється у вигляді виконання індивідуальних завдань-кейсів у формі презентації за тематикою **самостійного вивчення матеріалу** відповідного змістового модуля (5 хв. зі слайдами).

Під час модульного контролю оцінюються такі компоненти:

- Слайди до презентації – 3 балів
- Повнота розкриття теоретичного питання теми – 10 балів
- Тестове завдання – $5 \cdot 1 \text{ бал} = 5$ балів
- Якість інформації – 5 балів
- Самостійність та креативність – 2 балів

Максимальна кількість балів - 25 балів.

Форми проведення семестрового контролю та критерії оцінювання:

Залік. Відбувається у формі екзамену згідно з «Положення про оцінювання навчальних досягнень здобувачів вищої освіти у ПрАТ «ВНЗ «МАУП».

Орієнтовний перелік питань для семестрового комплексного контролю (див.: Робоча навчальна програма дисципліни).

Анкету-оцінку з метою оцінювання якості курсу буде надано по завершенню курсу.

Шкала відповідності оцінок

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену, курсового проекту (роботи), практики	для заліку
90 – 100	A	відмінно	зараховано
82-89	B	добре	
75-81	C		
68-74	D	задовільно	
60-67	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

Рекомендовані джерела (література):

Основна

1. Бородкіна Н.О., Крушельницька О.В. Кадровий маркетинг в системі управління персоналом. Вісник ЖДТУ. 2016. № 3(53). С. 229–230.
2. Держак Н. О. Особливості управління внутрішнім маркетингом на підприємстві / Н. О. Держак, В. Є. Кім // Вісник державної машинобудівної академії : наук. збірник ДДМА. – 2009. – № 2(16).
3. Дмитренко Г.А., Шарапатова К.О., Максименко Т.М. Мотивація і оцінка персоналу. Навч. посібн. – К.: МАУП, 2002.
4. Дмитренко Г.А., Ріктор Т.Л.. Людиноцентризм освіти в контексті підвищення якості трудового потенціалу: монографія / Г. А. Дмитренко, Т. Л. Ріктор. – К.: , 2011. –296 с.
5. Мартиненко О. Маркетинг персоналу: теоретичний і методичний аспекти. Управління персоналом. – 2007. – № 8. – С. 74–80.
6. Калашникова Л. Маркетинг персоналу. Служба кадрів і персонал. – 2006. – № 8. – С.63–65.
7. Никоненко А.В. Маркетингові засади кадрового забезпечення підприємств харчової промисловості : автореф. дис. ... канд. екон. наук : спец. 08.00.04. Київ, 2015. 22 с.
8. Савенкова Т. Маркетинг персоналу в інноваційно-інвестиційній середовищі. Проблеми теорії й практики Управління. – 2006. – № 11. – С. 108–116.
9. Nataliia Holovach, Ivan Bakhov, Liubov Zgalat-Lozynska. (2019) An innovation-driven model for management personnel development at enterprises. Journal of Advanced Research in Dynamical and Control Systems, Vol. 11, 12-Special Issue: 1266 – 1277. DOI: 10.5373/JARDCS/V11SP12/20193335
10. Expectancy, valence, and motivational force functions in goal-setting research: An empirical test / M. E. Tubbs, D. M. Boehne, J. G. Dahl //Journal of Applied Psychology. – 1993. – June. – p. 361-373.

Додаткова

11. Баєва О.В., Новальська Н.І., Згалат-Лозинська Л.О. Основи менеджменту: практикум: Навчальний посібник. К.: Либідь, 2007. – 524 с.
12. Балабанова Л.В. Управління персоналом: Навч. посібник / Л.В. Балабанова, О.В. Сардак. – К.: Професіонал, 2006. – 512 с.
13. Головач Н.В., Дмитренко Г.А. Системне формування нового покоління нації: гуманістичний контекст: Монографія. К. :ДКС-центр, 2019. 350 с.
14. Головач Н. В., Дмитренко Г. А. Підвищення якості трудового потенціалу організацій з врахуванням потреб роботодавця та працівника. Вчені записки ТНУ імені В.І. Вернадського. Серія: Економіка і управління. Том 30 (69). № 6, 2019. С. 43 - 48. http://www.econ.vernadskyjournals.in.ua/journals/2019/30_69_6/30_69_6_2/10.pdf
15. Згалат-Лозинська Л. О., Головач Н. В. Метод оцінки розвитку управлінського персоналу на вітчизняних підприємствах. Інноваційна економіка. 2018. №9-10 [77]. С.69-74. <http://inneco.org/index.php/innecoua/article/view/336>
16. Данюк В.М., Петюх В.М., Цимбалюк С.О., Крушельницька Я.В., Леонтенко О.М. Менеджмент

персоналу: Навч. посібник / За заг. ред. В.М.Данюка, В.М. Петюха. – К.: КНЕУ, 2004. – 398 с.

17. Савченко В. А. Управління розвитком персоналу : навч. посібн. / Савченко В. А. – К. : КНЕУ, 2002. – 351 с.

Інформаційні Інтернет ресурси

18. Інтернет-портал для управлінців [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.management.com.ua>.

19. Статистика України : науковий журнал [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.ukrstat.gov.ua.

20. Сайт HR-Ліга – Спільнота кадровиків та спеціалістів з управління персоналом // [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.hrliga.com.

21. Сайт Всеукраїнської Асоціації Кадровиків // [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [www.http://www.kadrovik.ua](http://www.kadrovik.ua)