



**Вищий навчальний заклад  
«НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ УПРАВЛІННЯ»**

**СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

**Маркетинг персоналу**

**ОП «ФІНАНСИ, БАНКІВСЬКА СПРАВА ТА СТРАХУВАННЯ»**

| Код  | Назва               | Тип                            | Рівень вищої освіти    | Рік, коли пропонується вивчення | Семестр | Кількість кредитів | Вид підсумкового контролю |
|------|---------------------|--------------------------------|------------------------|---------------------------------|---------|--------------------|---------------------------|
| ВК-7 | Маркетинг персоналу | Вибіркова навчальна дисципліна | Другий (магістерський) | 1                               | 2       | 4                  | Диференційований залік    |

**Мова навчання:** українська.

**Форми здобуття освіти:** денна, заочна.

**Види навчальних занять:** лекція, семінарське заняття, консультація.

**Методи навчання:** словесний, пояснювально-демонстраційний, метод проблемного викладання, репродуктивний та інші відповідно до навчальних занять.

**Оцінювання:** поточне, підсумкове.

**Загальні компетентності (ЗК)**

|      |  |
|------|--|
| ЗК5. | Здатність приймати обґрунтовані рішення.                 |
| ЗК6. | Навички міжособистісної взаємодії.                       |
| ЗК7. | Здатність мотивувати людей та рухатися до спільної мети. |
| ЗК9. | Здатність діяти на основі етичних міркувань (мотивів).   |

**Спеціальні (фахові) компетентності**

|      |  |
|------|--|
| СК3. | Здатність застосовувати управлінські навички у сфері фінансів, банківської справи та страхування.  |
| СК5. | Здатність оцінювати межі власної фахової компетентності та підвищувати професійну кваліфікацію.  |
| СК6. | Здатність застосовувати міждисциплінарні підходи при розв'язанні складних задач і проблем у сфері фінансів, банківської справи та страхування. |

**Програмні результати навчання (ПРН)**

|        |   |
|--------|---|
| ПРН 3  | Здійснювати адаптацію та модифікацію існуючих наукових підходів і методів до конкретних ситуацій професійної діяльності.  |
| ПРН 5  | Вільно спілкуватися іноземною мовою усно і письмово з професійних та наукових питань, презентувати і обговорювати результати досліджень.  |
| ПРН 7  | Вирішувати етичні дилеми з опорою на норми закону, етичні принципи та загальнолюдські цінності  |
| ПРН 12 | Обґрунтувати вибір варіантів управлінських рішень у сфері фінансів, банківської справи та страхування та оцінювати їх ефективність з урахуванням цілей, наявних обмежень, законодавчих та етичних аспектів. |

**Засоби діагностики успішності навчання:** теоретичні питання, практичні завдання, питання для опитування під час практичних завдань, індивідуальні питання, питання для поточного контролю, тести, задачі, питання для підсумкового контролю.

**Зміст курсу:** Маркетинг персоналу як управлінська діяльність. Роль маркетингу на ринку праці. Система організації та управління маркетингом персоналу організації. Посередницька діяльність на ринку праці. Розробка вимог до персоналу. Задоволення потреби в персоналі. Маркетинговий аудит персоналу. Бізнес-стратегія організації та її імідж як роботодавця. Розвиток персоналу в системі маркетингу персоналу. Стратегії маркетингу персоналу в умовах ринкової економіки.

**Методи навчання на лекціях:** вербальний метод (лекція, дискусія тощо); методи візуалізації (презентація, метод ілюстрації (графічний, табличний, тощо), метод демонстрацій та інші); робота з навчально-методичною літературою (конспектування, тезування, анотування тощо); інші методи у сполученні з новітніми інформаційними технологіями та комп'ютерними засобами навчання (дистанційні, мультимедійні, веб-орієнтовані тощо);

**Методи навчання на семінарських заняттях:** вербальний метод (дискусія, співбесіда тощо); метод візуалізації (презентація, метод ілюстрації (графічний, табличний, тощо), метод демонстрацій та інші); робота з навчально-методичною літературою (рецензування, підготовка реферату, есе, доповіді тощо); інші методи у сполученні з новітніми інформаційними технологіями та комп'ютерними засобами навчання (дистанційні, мультимедійні, веб-орієнтовані тощо); кейс-метод (вирішення ситуацій, розв'язання завдань тощо); практичний, пошуковий метод.

**Методи оцінювання:** для поточного контролю у вигляді усного та письмового опитування, фронтального опитування, тестування, вирішення ситуаційних завдань, розв'язування задач, написання есе (рефератів), виконання індивідуальних та групових проєктів, творчих завдань, тощо; для підсумкового контролю проведення підсумкового контролю (усна та/або письмова відповідь, тестування, вирішення ситуаційних завдань, розв'язування задач, тощо.).

**Засоби діагностики результатів навчання.** Поточний контроль може передбачати застосування широкого спектру форм та методів оцінювання знань, що проводиться за кожною темою. Підсумковий контроль передбачає проведення диференційованого заліку.

**Порядок оцінювання результатів навчання:**

Оцінювання здійснюється за 100 бальною шкалою.

Поточний контроль та самостійна робота = 60 балів.

Підсумковий контроль = 40 балів.

**Рекомендована література:**

1. *Маркетинг: підручник.* М.М.Єрмошенко, С.А.Єрохін, Т.В.Серкутан, Ю.М.Неговська, Я.А.Громова, Ю.В.Костинець – Київ : НАУ, 2020. – 810 с.

2. *Костинець Ю.В. Сучасні концепції мотивації як інструменти маркетингу персоналу в системі внутрішнього маркетингу підприємства / Ю.В. Костинець // Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Економічні науки». - 2015. - Випуск 13. - С. 38-40.*

3. *Савченко А. В. Розвиток персоналу: підруч. / В. Савченко. – [2-е вид., перероб. і доп.]. – К. : КНЕУ, 2015. – 505 с.*

**Викладач:** Костинець Юлія Володимирівна, доктор економічних наук, доцент, кафедра маркетингу, економіки, управління та адміністрування.

**Гарант освітньої програми:**

**Штулер Ірина Юрївна,**  
доктор економічних наук, професор