



Львівський національний
університет
природокористування

Факультет управління,
економіки та права

Кафедра міжнародних
економічних відносин та
маркетингу

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

«Маркетинг персоналу»

Рівень вищої освіти – *Перший (бакалаврський) рівень*

Галузь знань – *07 «Управління та адміністрування»*

Спеціальність – *075 «Маркетинг»*

Освітньо-професійна програма – *«Маркетинг»*

Кількість кредитів – 3

Компонент освітньо-професійної програми – *вибіркова*

Мова викладання – українська

Лектор курсу	ХІРІВСЬКИЙ Роман Петрович
Профайл лектора	https://www.lnup.edu.ua/uk/kafmignarek/kolektyv-kafedry?id=4035
Контактна інформація	Romankhirivskiy@i.ua телефон: +380971224437

ОПИС ДИСЦИПЛІНИ

Анотація до курсу	«Маркетинг персоналу» є вибірковою дисципліною та складовою навчального плану, циклу дисциплін професійної підготовки, яка сприяє підготовці фахівців з маркетингу. Студенти ознайомляться із ринковою філософією у сфері управління персоналом організації, принципами і методами маркетингу персоналу; розвинуть навички щодо визначення якісних і кількісних потреб у персоналі, розроблення і реалізації заходів щодо розвитку напрямків маркетингу персоналу та зміни його концепцій, здійснення досліджень маркетингової діяльності у сфері управління персоналом організації.
Мета курсу	Метою курсу «Маркетинг персоналу» є навчання студентів засадам HR-маркетингу розвиток у них практичних навичок щодо застосування маркетингових інструментів для управління персоналом з метою підвищення ефективності функціонування організації.
Пререквізити курсу	Менеджмент, маркетинговий аналіз, маркетинг, реклама в системі маркетингу, правознавство та правове забезпечення
Формат курсу	проведення лекцій, практичних і семінарських занять та консультації для кращого розуміння тем, виконання СРС, проведення наукових досліджень та опублікування їх результатів (написання статей, тез конференцій, доповідей круглих столів, семінарів тощо). В процесі навчання студентів проводяться різні види лекцій, зокрема тематичні лекції, лекції- дискусії, проблемні лекції, лекції із запрошенням практичних спеціалістів зі сфери маркетингу, комунікацій, лекції з виїздом на виробництво. Семінарські заняття студентів проводяться у вигляді семінарів-диспутів, семінарів з виступами студентів, семінарів-практикумів. Використовуються також ігрові методи інтерактивного навчання (дидактичні, ділові, рольові організаційно-діяльності ігри). На практичних заняттях

	застосовуються такі методи як дослідження, самостійна робота, розв'язування контрольних завдань, розбір ситуацій із практики, кейси та ін.
Підсумковий контроль	Залік

СТРУКТУРА КУРСУ

Тема	Зміст тем курсу
Тема 1. Сутність маркетингу персоналу.	1.1. Принципи маркетингу персоналу. 1.2. Основні функції маркетингу персоналу. 1.3. Зовнішні фактори, що визначають напрями маркетингу персоналу. 1.4. Нормативно-правова база управління персоналом.
Тема 2. Маркетингові дослідження на ринку праці.	2.1. Маркетингові дослідження ринку праці. 2.2. Сегментація ринку праці . 2.3. Постановка цілей за методикою SMART. 2.4. Вибір джерел інформації. 2.5. Маркетингові дослідження у системі маркетингової інформації. 2.6. Опитування як метод збору первинної інформації. 2.7. Дослідження конкурентів на ринку праці.
Тема 3.Визначення потреби в персоналі	3.1. З'ясування потреби в кадрах. 3.2. Кількісна потреба в кадрах. 3.3. Якісна потреба в кадрах.
Тема 4. Потенціал співробітника	4.1. Оцінка персоналу. 4.2. Універсальна модель компетенцій UCF. 4.3. Метод “Центр оцінки”.
Тема 5. Розвиток персоналу. Управління талантами	5.1. Види і методи навчання персоналу. 5.2. Сучасні навчальні методи. 5.3. Корпоративні навчальні центри (корпоративні університети). 5.4. Індивідуальний план розвитку. 5.5. Інтегральне управління талантами. 5.6. Характеристики основних елементів системи управління талантами.
Тема 6. Сутність бренду роботодавця	6.1. Брендинг роботодавця. 6.2. Екосистема бренда роботодавця 6.3. Розроблення моделі бренду роботодавця 6.4. Відмінності внутрішнього та зовнішнього бренду роботодавця
Тема 7. Етапи НК-брендингу	7.1. Етапи формування бренду роботодавця. 7.2. Етапи формування HR-бренда. 7.3. Вимірювання впізнаваності бренду.
Тема 8. Ціннісна пропозиція роботодавця EVP	8.1. Ціннісна пропозиція роботодавця працівнику – EVP. 8.2. Мета EVP. 8.3. Складові EVP. 8.4. Еволюційні етапи, які проходить організація при

	роботі з ціннісною пропозицією.
Тема 9. Лояльність персоналу.	9.1. Види лояльності персоналу. 9.2. Методика обчислення індексу лояльності eNPS. 9.3. Індекс лояльності персоналу. 9.4. Прогнозування лояльності кандидата.
Тема 10. Просування бренду роботодавця	10.1. Переваги сильного бренду роботодавця. 10.2. Комплекс маркетингових комунікацій. 10.3. Просування бренду роботодавця в мережі Інтернет. 10.4. Способи використання соцмереж для просування позитивного бренду роботодавця.
Тема 11. Івент-менеджмент як інструмент формування бренду роботодавця.	11.1. Бізнес-процеси івент-менеджменту. 11.2. Комплекс "MICE". 11.3. Планування подій для підвищення кваліфікації.

АКАДЕМІЧНА ПОЛІТИКА КУРСУ

Політика щодо перескладання. Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку. Перескладання модулів відбувається із дозволу деканату за наявності поважних причин (наприклад, звільнення, лікарняний).

Політика щодо відвідування. Відвідування занять є обов'язковим компонентом оцінювання. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, звільнення з поважних причин) студенти, які пропустили заняття, відпрацьовують їх у додатковий час згідно графіка відпрацювання пропущених занять.

Політика щодо академічної доброчесності. Студенти зобов'язані дотримуватися принципів академічної доброчесності відповідно до Положення «Про академічну доброчесність у Львівському національному університеті природокористування» (https://www.lnup.edu.ua/files/principle_NMVZYAVO/1.pol_pro_akad_dobr.pdf).

Політика щодо використання електронних засобів. На заняттях можна користуватися електронними засобами (ноутбук, планшет, телефон) виключно для діяльності, яка пов'язана з проблематикою курсу. Їхнє використання для інших цілей не допускається. Списування під час контрольних робіт заборонені (в т.ч. із використанням мобільних девайсів). Для виконання тестів в системі Moodle (інших ресурсах) рекомендується використовувати ноутбуки, планшети та телефони.

Методи контролю. Для діагностики результатів навчання використовується поточне опитування, тестування, розв'язання задач; письмові тести та задачі за змістовими модулями (розв'язування навчальних, ситуаційних та тестових завдань, кейсів), командні проекти; презентації результатів виконаних завдань та досліджень; студентські презентації та виступи на наукових заходах. Контроль за рівнем засвоєння навчальної дисципліни передбачає використання таких його видів і методів.

МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КУРСУ

Виконання практичних та семінарських занять, питання для самоконтролю, практичні та ситуаційні завдання, перелік тематичних питань і порядок виконання самостійної роботи студентами відображені у методичних рекомендаціях:

1. Хірівський Р.П. Маркетинг персоналу: методичні рекомендації до виконання практичних завдань та самостійної підготовки для студентів ОС «Бакалавр» спеціальності 075 «Маркетинг» – Дубляни : Львівський національний університет природокористування, 2024. - 36 с.

ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

Основні:

1. Колпаков В.М. Маркетинг персоналу: навч. посібник. Київ: МАУП, 2006. 408 с.
2. Михайлова Л.І. Управління персоналом: навч. посібник. Київ: Центр учбової літератури, 2007. 248 с.
3. Решетілова Т.Б., Довгань С.М. Маркетингові дослідження: підручник. Дніпропетровськ: НГУ, 2015. 357 с.
4. Сенишин О. С., Кривешко О. В. Маркетинг : навч. посібник. Львів : Львівський національний університет імені Івана Франка, 2020. 347 с.
5. Шубалий О. М. Управління персоналом : підручник. Луцьк : ІВВ Луцького НТУ, 2018. 404 с.

Допоміжні:

1. Глущенко, Л., Пілявоз, Т., Коваль, Н. Управління персоналом у сучасній структурі управління підприємством. *Економіка та суспільство*. 2022. №35. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-35-41>
2. Гордєєва-Герасимова, Л. Управління персоналом підприємства: теоретичний аспект. *Молодий вчений*, 2023. 12 (124), 163-167. <https://doi.org/10.32839/2304-5809/2023-12-124-30>
3. Драган О.І. Сучасні технології управління і використання персоналу. *Наукові праці НУХТ*. 2018. Том 21. №6. С. 117–125.
4. Касич А. О., Медвідь Г. С. Управління кадровою безпекою на українських підприємствах через призму макроекономічних процесів. *Ефективна економіка*. 2019 № 1. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/11_2018/12.pdf
5. Наумова, О. Стратегії управління персоналом підприємства. *Вчені записки Університету «КРОК»*. 2021. №1 (61), С. 137–141. <https://doi.org/10.31732/2663-2209-2021-61-137-141>
6. Череп, О., Калюжна, Ю., Михайліченко, Л. Особливості управління персоналом в умовах воєнного стану в Україні. *Економіка та суспільство*, №48. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-48-24>