

ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ЕКОНОМІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ



ЗАТВЕРДЖУЮ
В.о. декана економічного факультету
В. М. Гельман
« 02 » вересня 2024 р.

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ ПЕРСОНАЛУ


підготовки магістрів
денної та заочної форм здобуття освіти

освітньо-професійна програма «Маркетинг»
спеціальності 075 «Маркетинг»
галузі знань 07 «Управління та адміністрування»

ВИКЛАДАЧ: Болдуєва Оксана Валеріївна, д.е.н., доц., професор кафедри фінансів,
банківської справи, страхування та фондового ринку

Обговорено та ухвалено
на засіданні кафедри управління персоналом
та маркетингу

Протокол № 1 від "29" серпня 2024 р.
Завідувач кафедри управління персоналом
та маркетингу


_____ М. М. Іванов

Погоджено
Гарант освітньо-професійної програми
_____ В. В. Малтиз

2024 рік



Зв'язок з викладачем:

E-mail: vlada.ox@ukr.net

Телефон: (061) 228-76-24

Інші засоби зв'язку: Viber, Telegram, Zoom за попередньою домовленістю

Кафедра: кафедра фінансів, банківської справи, страхування та фондового ринку, м. Запоріжжя, просп. Соборний, 74 (V корп., к. 114)

1. Опис навчальної дисципліни

Маркетингові дослідження персоналу є важливим інструментом для ефективного управління людськими ресурсами, особливо в умовах динамічного ринку праці та високої конкуренції за таланти. Дисципліна «Маркетингові дослідження персоналу» допомагає студентам опанувати знання щодо методів збору та аналізу даних, які сприяють залученню та утриманню кваліфікованих фахівців. Завдяки вивченню дисципліни, студенти здобувають практичні навички застосування маркетингових інструментів для дослідження ринку праці, сегментації аудиторії та розвитку бренду роботодавця.

Метою вивчення дисципліни «Маркетингові дослідження персоналу» є формування у студентів знань та навичок, які дозволять проводити ефективні дослідження в галузі управління персоналом, а також аналізувати результати для прийняття стратегічних HR-рішень. Це включає вміння розробляти маркетингові стратегії залучення та утримання персоналу на основі актуальних досліджень, а також оцінювати ефективність HR-маркетингових кампаній з урахуванням сучасних тенденцій та технологій.

Об'єктом вивчення дисципліни є ринок праці, його структура та динаміка, а також процеси залучення, утримання і розвитку людського капіталу в організаціях різного масштабу та галузевої приналежності.

Предметом вивчення є процеси розробки та проведення маркетингових досліджень у сфері управління персоналом, а також методи аналізу ринку праці для підвищення конкурентоспроможності підприємств у залученні талантів.

Основними завданнями вивчення дисципліни «Маркетингові дослідження персоналу» є: визначення сутності та ролі маркетингових досліджень у контексті управління персоналом; набуття навичок збору та аналізу даних з використанням кількісних і якісних методів, таких як опитування, анкетування, інтерв'ю та фокус-групи; здобуття практичних знань з сегментації ринку праці та аналізу цільових аудиторій для ефективного управління талантами; освоєння інструментів оцінки ефективності HR-маркетингових кампаній, зокрема за допомогою ключових показників ефективності (КРІ); вивчення новітніх тенденцій та інновацій у маркетингових дослідженнях персоналу, зокрема використання великих даних, соціальних мереж та штучного інтелекту.

Курс «Маркетингові дослідження персоналу» дозволяє студентам розширити своє розуміння процесів управління персоналом та застосувати отримані знання для розробки і впровадження ефективних HR-стратегій у сучасних організаціях.

2. Паспорт навчальної дисципліни

Нормативні показники	денна форма здобуття освіти
1	2
Статус дисципліни	Вибіркова
Семестр	3 -й
Кількість кредитів ECTS	3
Кількість годин	90
Лекційні заняття	12 год.
Семінарські / Практичні / Лабораторні заняття	10 год.
Самостійна робота	68 год.
Консультації	<i>Вівторок, 09:35 – 11:00. Просп. Соборний, 74 (V корп., к. 114); дистанційні – Telegram, Viber, Zoom за попередньою домовленістю</i>
Вид підсумкового семестрового контролю:	залік
Посилання на електронний курс у СЕЗН ЗНУ (платформа Moodle)	https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=6754#section-4



3. Методи досягнення запланованих освітньою програмою компетентностей і результатів навчання

Компетентності/ результати навчання	Методи навчання	Форми і методи оцінювання
1	2	
<p>ЗК1. Здатність приймати обґрунтовані рішення. ЗК2. Здатність генерувати нові ідеї (креативність). ЗК3. Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт. ЗК4. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації. ЗК7. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість. СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати та застосовувати знання з найновіших теорій, методів і практичних прийомів маркетингу. СК2. Здатність коректно інтерпретувати результати останніх теоретичних досліджень у сфері маркетингу та практики їх застосування. СК4. Здатність застосовувати творчий підхід до роботи за фахом. СК5. Здатність до діагностування маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, здійснення маркетингового аналізу та прогнозування. СК6. Здатність обирати і застосовувати ефективні засоби управління маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта на рівні організації, підрозділу, групи, мережі. СК7. Здатність розробляти і аналізувати маркетингову стратегію ринкового суб'єкта та шляхи її реалізації з урахуванням між функціональних зв'язків. СК8. Здатність формувати систему маркетингу ринкового суб'єкта та оцінювати результативність і ефективність її функціонування. Р1 Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу. Р2 Вміти адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта. Р3 Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності. Р5 Презентувати та обговорювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проектів державною та іноземною мовами. Р6 Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проекти у сфері маркетингу та управляти ними. Р9 Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень. Р10 Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів. Р12 Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проектів і програм. Р13 Керувати маркетинговою діяльністю ринкового</p>	<p>Інтерактивні методи навчання (методи, які спрямовані на розвиток критичного мислення, його активізацію, на розвиток умінь здобувачів вищої освіти здійснювати аналіз, на оцінюваннях й узагальненнях фактів, методи, які зосереджені на формування відповідальності, прийнятті рішень, проведенню й оцінюванні вибору; що навчають усвідомлювати наслідки); практичні (розв'язування ситуаційних завдань, кейсів, ділових ігор, тренінгів).</p>	<p>Оцінювання навчальних досягнень студентів здійснюється за накопичувальною 100-бальною шкалою, національною шкалою і шкалою ECTS.</p> <p>Контрольні заходи: усне та письмове опитування, самостійна робота, практичні роботи, тестова перевірка, групові ситуаційні завдання, виступи студентів.</p> <p>Поточний контроль проводиться у формі усного опитування або письмового контролю на практичних заняттях, виступів студентів при обговоренні питань на практичних заняттях, а також у формі комп'ютерного тестування.</p> <p>Підсумковий контроль, залік, за допомогою тестування (через систему Moodle).</p>



суб'єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання. Р15 Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення		
----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--

4. Зміст навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1. Теоретико-методичні основи маркетингових досліджень у сфері персоналу

Тема 1. Сутність маркетингових досліджень персоналу

Тема охоплює основні визначення маркетингових досліджень у сфері управління персоналом, їхні цілі та завдання в контексті HR. Розглядаються етапи маркетингового дослідження у сфері персоналу, включаючи планування, збір даних, аналіз результатів та інтеграцію отриманих висновків у стратегії управління персоналом.

Тема 2: Методи збору даних для маркетингових досліджень у сфері персоналу

У темі аналізуються основні методи збору даних для HR-досліджень, зокрема кількісні та якісні підходи. Особливу увагу приділено використанню опитувань, анкет, інтерв'ю та фокус-груп у дослідженні ринку праці. Вивчаються методи аналізу вторинних даних та роль великих даних і аналітики в маркетингових дослідженнях персоналу.

Змістовий модуль 2. Аналіз ринку праці та бренд роботодавця як інструменти залучення та утримання талантів

Тема 3: Сегментація ринку праці та аналіз цільової аудиторії

Тема присвячена вивченню методів сегментації ринку праці та аналізу цільових сегментів для залучення талантів. Особливо розглядаються поведінкові та демографічні характеристики потенційних кандидатів, що впливають на ефективність залучення. Вивчаються підходи до адаптації маркетингових стратегій під різні сегменти ринку праці.

Тема 4: Дослідження бренду роботодавця та його вплив на залучення талантів

Тема охоплює дослідження бренду роботодавця, його роль у залученні та утриманні талантів. Розглядаються методи дослідження сприйняття бренду серед кандидатів, а також значення внутрішнього брендування і корпоративної культури для створення позитивного іміджу роботодавця. Особливу увагу приділено використанню маркетингових досліджень для розробки стратегії бренду роботодавця.

Змістовий модуль 3. Інноваційні підходи та оцінка ефективності HR-маркетингових кампаній

Тема 5: Оцінка ефективності HR-маркетингових кампаній

Тема присвячена вивченню ключових показників ефективності (KPI) у маркетингу персоналу, а також методам аналізу результатів маркетингових кампаній. Особливу увагу приділено оцінці впливу маркетингових заходів на залучення та утримання персоналу, а також інструментам для моніторингу та оцінки ефективності HR-кампаній.

Тема 6: Інновації та тенденції у маркетингових дослідженнях персоналу

Тема охоплює дослідження впливу цифрових технологій на маркетингові дослідження у сфері HR, включаючи використання соціальних мереж та онлайн-платформ. Розглядаються роль штучного інтелекту та автоматизації у проведенні маркетингових досліджень персоналу, а також майбутні тенденції та виклики у цій сфері.

5. Теми лекційних занять



№ змістового модуля	Назва теми	Кількість годин	Згідно з розкладом
		о/д.ф.	
1	2	3	4
1	Тема 1. Сутність маркетингових досліджень персоналу План. Визначення маркетингових досліджень у контексті управління персоналом. Цілі та завдання маркетингових досліджень у сфері HR. Основні етапи маркетингового дослідження в управлінні персоналом. Інтеграція маркетингових досліджень у стратегії HR.	2	1 раз на 2 тижні /тиждень 1
1	Тема 2. Методи збору даних для маркетингових досліджень у сфері персоналу План. Кількісні та якісні методи дослідження. Використання опитувань, анкет, інтерв'ю та фокус-груп. Методи аналізу вторинних даних у контексті ринку праці. Роль великих даних і аналітики у дослідженнях персоналу.	2	1 раз на 2 тижні /тиждень 3
2	Тема 3. Сегментація ринку праці та аналіз цільової аудиторії План. Поняття та методи сегментації ринку праці. Ідентифікація та аналіз цільових сегментів для залучення талантів. Аналіз поведінкових і демографічних характеристик потенційних кандидатів. Підходи до адаптації маркетингових стратегій під різні сегменти.	2	1 раз на 2 тижні /тиждень 5
2	Тема 4. Дослідження бренду роботодавця та його вплив на залучення талантів План. Поняття бренду роботодавця та його значення в HR-маркетингу. Методи дослідження сприйняття бренду роботодавця серед кандидатів. Роль внутрішнього брендування та корпоративної культури. Використання маркетингових досліджень для розробки стратегії бренду роботодавця.	2	1 раз на 2 тижні /тиждень 7
3	Тема 5. Оцінка ефективності HR-маркетингових кампаній План. Ключові показники ефективності (KPI) у маркетингу персоналу. Методи аналізу результатів маркетингових кампаній. Вплив маркетингових заходів на залучення та утримання персоналу. Інструменти для моніторингу та оцінки ефективності HR-кампаній.	2	1 раз на 2 тижні /тиждень 9
3	Тема 6. Інновації та тенденції у маркетингових дослідженнях персоналу План: Вплив цифрових технологій на маркетингові дослідження в HR. Використання соціальних мереж та платформ для дослідження ринку праці. Роль штучного інтелекту та автоматизації у маркетингових дослідженнях персоналу. Майбутні тенденції та виклики у сфері маркетингових досліджень персоналу.	2	1 раз на 2 тижні /тиждень 11
Разом		12	

6. Теми практичних занять

№ змістового модуля	Назва теми	Кількість годин	Згідно з розкладом
		о/д.ф.	
1	2	3	5
1	Тема 1. Вступ до маркетингових досліджень у сфері персоналу Завдання: опитування, групові завдання, дискусії, одноосібні доповіді, тестові завдання.	2	1 раз на 2 тижні /тиждень 2
1	Тема 2. Методи збору даних для маркетингових досліджень у сфері персоналу Завдання: опитування, групові завдання, дискусії, одноосібні доповіді, тестові завдання	2	1 раз на 2 тижні /тиждень 4
2	Тема 3. Сегментація ринку праці та аналіз цільової аудиторії Завдання: опитування, групові завдання, дискусії, одноосібні доповіді, тестові завдання.	2	1 раз на 2 тижні /тиждень 6
2	Тема 4. Дослідження бренду роботодавця та його вплив на	2	1 раз на 2



	залучення талантів Завдання: опитування, групові завдання, дискусії, одноосібні доповіді, тестові завдання.		<i>тижні</i> <i>/тиждень 8</i>
3	Тема 5. Оцінка ефективності HR-маркетингових кампаній Тема 6. Інновації та тенденції у маркетингових дослідженнях персоналу Завдання: опитування, групові завдання, дискусії, одноосібні доповіді, тестові завдання.	2	<i>1 раз на 2</i> <i>тижні</i> <i>/тиждень 10</i>
Разом		10	

7. Самостійна робота

№ змістового модуля	Питання для самостійного опрацювання	Кількість годин
		о/д.ф.
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>
1	Тема 1. Сутність маркетингових досліджень персоналу Питання для розгляду: Основні відмінності між маркетинговими дослідженнями в HR та традиційними маркетинговими дослідженнями. Підходи до маркетингових досліджень у сфері персоналу в умовах цифровізації ринку праці. Ключові виклики постають перед компаніями при інтеграції маркетингових досліджень у HR-стратегії. Завдання для виконання: пошук та вивчення інформації, вирішення поточних тестів.	11
1	Тема 2. Методи збору даних для маркетингових досліджень у сфері персоналу Питання для розгляду: Переваги та недоліки кількісних і якісних методів дослідження у HR-маркетингу. Як обрати відповідні інструменти для збору даних в залежності від цілей дослідження. Забезпечення точності і репрезентативності даних, зібраних за допомогою опитувань та інтерв'ю. Завдання для виконання: пошук та вивчення інформації, вирішення поточних тестів.	11
2	Тема 3: Сегментація ринку праці та аналіз цільової аудиторії Питання для розгляду: Вплив демографічних та соціальних змін на сегментацію ринку праці. Підходи для створення профілів ідеальних кандидатів для різних сегментів ринку. Адаптація маркетингових стратегій під специфічні вимоги різних сегментів? Завдання для виконання: пошук та вивчення інформації, вирішення поточних тестів.	11
2	Тема 4. Дослідження бренду роботодавця та його вплив на залучення талантів Питання для розгляду: Вплив внутрішнього іміджу компанії на її зовнішній бренд. Показники які є найбільш важливими для вимірювання успішності бренду роботодавця. Використання маркетингових досліджень для визначення сильних і слабких сторін бренду роботодавця. Завдання для виконання: пошук та вивчення інформації, вирішення поточних тестів.	11
3	Тема 5. Оцінка ефективності HR-маркетингових кампаній Питання для розгляду: Використання аналітики для покращення результатів HR-маркетингових кампаній. Методи, які найбільш ефективні для оцінки довгострокових результатів HR-маркетингових заходів. Як правильно обирати KPI для різних типів HR-маркетингових кампаній. Завдання для виконання: пошук та вивчення інформації, вирішення поточних тестів.	12
3	Тема 6. Інновації та тенденції у маркетингових дослідженнях персоналу Питання для розгляду: Яким чином штучний інтелект змінює підходи до аналізу даних у HR-маркетингових дослідженнях. Використання соціальних мереж для допомоги що покращення пошуку і залучення талантів. Нові інструменти та технології автоматизації HR-маркетингових досліджень. Завдання для виконання: пошук та вивчення інформації, вирішення поточних тестів.	12
Разом		68

ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Силабус навчальної дисципліни

8. Види і зміст контрольних заходів



Вид заняття/ роботи	Вид контрольного заходу	Зміст контрольного заходу*	Критерії оцінювання та термін виконання*	Усього балів
1	2	3	4	5
Поточний контроль				
Практичне заняття №1	Теоретичне завдання - усне експрес-опитування за темою 1	Відповідь на теоретичне питання експрес-опитування за темою 1.	Правильна відповідь студента на одне теоретичне питання оцінюється в 2 бал. 1 бал – доповідь або ж знання неповні, поверхневі.	2
	Групове практичне завдання – участь у дискусії	Підготовка та участь у дискусії за темою 1	2 бала – доповідь характеризується глибокими, узагальненими, системними знаннями, повна і послідовна; 1 бал – доповідь або ж знання неповні, поверхневі. Студент відтворює основний навчальний матеріал, але недостатньо осмислено, не вміє самостійно аналізувати, робити висновки.	2
	Теоретичне завдання – одноосібна доповідь за темою 1	Теоретична доповідь за питаннями теми 1	2 бали – підбір новин відповідає заявленій проблемі, студент уміє аналізувати зібрану інформацію та робити відповідні висновки. 1 бал – доповідь або ж знання неповні, поверхневі. Студент відтворює основний навчальний матеріал, але недостатньо осмислено, не вміє самостійно аналізувати, робити висновки	2
	Теоретичне завдання самостійної роботи – тестові завдання у системі дистанційного навчання Moodle	Питання для підготовки: питання за теоретичним матеріалом, пройденим у змістовному модулі. Тестування за темою 1 проводиться в СЕЗН ЗНУ.	Тестове завдання складається з 10 тестових питань. За правильну відповідь на одне питання студент отримує 0,4 бали.	4
Практичне заняття №2	Теоретичне завдання - усне експрес-опитування за темою 2	Відповідь на теоретичне питання експрес-опитування за темою 2.	Правильна відповідь студента на одне теоретичне питання оцінюється в 2 бал. 1 бал – доповідь або ж знання неповні, поверхневі.	2
	Групове практичне завдання – участь у дискусії	Підготовка та участь у дискусії за темою 2	2 бала – доповідь характеризується глибокими, узагальненими, системними знаннями, повна і послідовна; 1 бал – доповідь або ж знання неповні, поверхневі. Студент відтворює основний навчальний матеріал, але недостатньо осмислено, не вміє самостійно аналізувати, робити висновки.	2
	Теоретичне завдання – одноосібна доповідь за темою 2	Теоретична доповідь за питаннями теми 2	2 бали – підбір новин відповідає заявленій проблемі, студент уміє аналізувати зібрану інформацію та робити відповідні висновки. 1 бал – доповідь або ж знання неповні, поверхневі. Студент відтворює основний навчальний матеріал, але недостатньо осмислено, не вміє самостійно аналізувати, робити висновки	2
	Теоретичне завдання самостійної роботи – тестові завдання у системі дистанційного навчання	Питання для підготовки: питання за теоретичним матеріалом, пройденим у змістовному модулі. Тестування за темою 2 проводиться в СЕЗН ЗНУ.	Тестове завдання складається з 10 тестових питань. За правильну відповідь на одне питання студент отримує 0,4 бали.	4

ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Силабус навчальної дисципліни



	Moodle			
Практичне заняття №3	Теоретичне завдання - усне експрес-опитування за темою 3	Відповідь на теоретичне питання експрес-опитування за темою 3.	Правильна відповідь студента на одне теоретичне питання оцінюється в 2 бал. 1 бал – доповідь або ж знання неповні, поверхневі.	2
	Групове практичне завдання – участь у дискусії	Підготовка та участь у дискусії за темою 3	2 бала – доповідь характеризується глибокими, узагальненими, системними знаннями, повна і послідовна; 1 бал – доповідь або ж знання неповні, поверхневі. Студент відтворює основний навчальний матеріал, але недостатньо осмислено, не вміє самостійно аналізувати, робити висновки.	2
	Теоретичне завдання – одноосібна доповідь за темою 3	Теоретична доповідь за питаннями теми 3	2 бали – підбір новин відповідає заявленій проблемі, студент уміє аналізувати зібрану інформацію та робити відповідні висновки. 1 бал – доповідь або ж знання неповні, поверхневі. Студент відтворює основний навчальний матеріал, але недостатньо осмислено, не вміє самостійно аналізувати, робити висновки	2
	Теоретичне завдання самостійної роботи – тестові завдання у системі дистанційного навчання Moodle	Питання для підготовки: питання за теоретичним матеріалом, пройденим у змістовному модулі. Тестування за темою 3 проводиться в СЕЗН ЗНУ.	Тестове завдання складається з 10 тестових питань. За правильну відповідь на одне питання студент отримує 0,4 бали.	4
Практичне заняття №4	Теоретичне завдання - усне експрес-опитування за темою 4	Відповідь на теоретичне питання експрес-опитування за темою 4.	Правильна відповідь студента на одне теоретичне питання оцінюється в 2 бал. 1 бал – доповідь або ж знання неповні, поверхневі.	2
	Групове практичне завдання – участь у дискусії	Підготовка та участь у дискусії за темою 4	2 бала – доповідь характеризується глибокими, узагальненими, системними знаннями, повна і послідовна; 1 бал – доповідь або ж знання неповні, поверхневі. Студент відтворює основний навчальний матеріал, але недостатньо осмислено, не вміє самостійно аналізувати, робити висновки.	2
	Теоретичне завдання – одноосібна доповідь за темою 4	Теоретична доповідь за питаннями теми 4	2 бали – підбір новин відповідає заявленій проблемі, студент уміє аналізувати зібрану інформацію та робити відповідні висновки. 1 бал – доповідь або ж знання неповні, поверхневі. Студент відтворює основний навчальний матеріал, але недостатньо осмислено, не вміє самостійно аналізувати, робити висновки	2
	Теоретичне завдання самостійної роботи – тестові завдання у системі дистанційного навчання Moodle	Питання для підготовки: питання за теоретичним матеріалом, пройденим у змістовному модулі. Тестування за темою 4 проводиться в СЕЗН ЗНУ.	Тестове завдання складається з 10 тестових питань. За правильну відповідь на одне питання студент отримує 0,4 бали.	4
Практичне заняття №5	Теоретичне завдання - усне експрес-опитування за темами 5,6	Відповідь на теоретичне питання експрес-опитування за темами 5,6	Правильна відповідь студента на одне теоретичне питання оцінюється в 2 бал. 1 бал – доповідь або ж знання неповні, поверхневі.	4
	Групове практичне завдання	Підготовка та участь у дискусії за темами 5,6	2 бала – доповідь характеризується глибокими, узагальненими,	4

ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Силабус навчальної дисципліни



	– участь у дискусії		системними знаннями, повна і послідовна; 1 бал – доповідь або ж знання неповні, поверхневі. Студент відтворює основний навчальний матеріал, але недостатньо осмислено, не вміє самостійно аналізувати, робити висновки.	
	Теоретичне завдання – одноосібна доповідь за темою 5	Теоретична доповідь за питаннями за темами 5,6	2 бали – підбір новин відповідає заявленій проблемі, студент уміє аналізувати зібрану інформацію та робити відповідні висновки. 1 бал – доповідь або ж знання неповні, поверхневі. Студент відтворює основний навчальний матеріал, але недостатньо осмислено, не вміє самостійно аналізувати, робити висновки	4
	Теоретичне завдання самостійної роботи – тестові завдання у системі дистанційного навчання Moodle	Питання для підготовки: питання за теоретичним матеріалом, пройденим у змістовному модулі. Тестування за темами 5,6 проводиться в СЕЗН ЗНУ.	Тестове завдання складається з 20 тестових питань. За правильну відповідь на одне питання студент отримує 0,4 бали.	8
Усього за поточний контроль				60

Підсумковий контроль

Залік	Усна відповідь на два теоретичних питання	Питання для підготовки до підсумкового контролю викладено у СЕЗН ЗНУ:	Завдання містить два теоретичних питання, кожне з яких оцінюється в 10 балів Результат виконання студентом кожного теоретичного завдання оцінюється за такою шкалою: – 10 балів – повне висвітлення питання, уміннями самостійно оцінювати різноманітні життєві ситуації, явища, факти, виявляти і відстоювати особистісну позицію; – 7-9 балів – висвітлення суттєвих ознак, понять, явищ, закономірностей, зв'язків між ними. – 4-6 бали – часткове висвітлення питання. – 1-3 бали – поверхневе висвітлення питання.	10
	Тестування	Тестування проводиться в СЕЗН ЗНУ	Тестове завдання складається з 10 тестових питань. За правильну відповідь на одне питання студент отримує 0,5 бала.	10
	Індивідуальне навчально-дослідне завдання	Виконання індивідуального навчально-дослідного завдання із заданої теми, презентаційний (графічний, наочний) матеріал, знання дослідженого матеріалу та здатність самостійно проаналізувати та ґрунтовно охарактеризувати матеріал дослідження		Максимальна оцінка, яку студент може отримати за виконання індивідуального завдання, становить 20 балів (15 балів - доповідь, 5 балів - презентація). Критерії оцінювання доповіді: 15 балів - повне розкриття теми, наявність власної думки, висновків та списку використаних літературних джерел; 10-14 балів - тема розкрита не повністю, наявні помилки в оформленні; 5-9 балів - наявні матеріали, які не дозволили студенту розкрити тему, відсутня думка студента; 1-4 бали - наявні окремі матеріали, які не дозволяють оцінити думку студента щодо теми дослідження. Критерії оцінювання презентації: 5 балів - презентація точно відповідає темі, містить важливу інформацію, має чітку, логічно вибудовану структуру, робота є прикладом високого рівня володіння комп'ютерними технологіями; 3-4 бали - загалом презентація відповідає

ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Силабус навчальної дисципліни



			темі і є досить інформативною, прослідковується певна структура в розміщенні інформації, проте естетичний вигляд дещо псує недостатньо чітка структура розміщення інформації та не зовсім доречна графіка оформлення. 1-2 бали - містить близький за тематикою матеріал, але не несе важливої інформативної функції, важко вловити структуру подання інформації, графіки і таблиці відсутні, естетичний вигляд незадовільний (відсутня чітка структура розміщення інформації, недоречна графіка оформлення).	
Усього за підсумковий контроль				40



За шкалою ECTS	За шкалою університету	За національною шкалою	
		Екзамен	Залік
A	90 – 100 (відмінно)	5 (відмінно)	Зараховано
B	85 – 89 (дуже добре)	4 (добре)	
C	75 – 84 (добре)		
D	70 – 74 (задовільно)	3 (задовільно)	
E	60 – 69 (достатньо)		
FX	35 – 59 (незадовільно – з можливістю повторного складання)	2 (незадовільно)	Не зараховано
F	1 – 34 (незадовільно – з обов'язковим повторним курсом)		

9. Основні навчальні ресурси

Рекомендована література:

Основна:

1. Загородня Н.П., Кучеренко Д. Г. Управління персоналом: теорія і практика : навч. посіб. ; НДІ соц.-екон. розвитку. Київ : Центр учбової літератури, 2021. 269 с.
2. Коваль З.О. Менеджмент персоналу : навч. посіб.; Нац. ун-т "Львів. політехніка". Львів : Вид-во Львів. політехніки, 2014. 451 с.
3. Криворучко О.М., Водолажська Т. О. Управління персоналом підприємства : навч. посіб. для студентів ВНЗ спец. "Менеджмент організацій і адміністрування" ; Харків. нац. автомоб.-дорож. ун-т. Харків : ХНАДУ, 2016. 200 с.
4. Менеджмент персоналу : навч. посіб. / [О. В. Безпалько та ін.] ; Нац. ун-т харч. технологій. Київ : Лино, 2022. 611 с.
5. Михайлова Л.І., Михайлов А. М. Управління персоналом : навч. посіб. для студентів ВНЗ . Суми : Литовченко Є. Б. [вид.], 2020. 283 с.
6. Управління персоналом : навч. посіб. для студентів спец. 073 - менеджмент / [К. Ф. Ковальчук та ін.] ; Нац. металург. акад. України. Дніпро : Акцент ПП, 2019. 302 с.
7. Управління персоналом : навч. посіб. для студентів спец. 073 - менеджмент / [К. Ф. Ковальчук та ін.] ; Нац. металург. акад. України. Дніпро : Акцент ПП, 2019. -302 с.
8. Управління персоналом : навч.-метод. посіб. / [уклад.: Дяків О. П., Островерхов В. М.] ; Тернопіл. нац. екон. ун-т. Тернопіль : ТНЕУ, 2018. 287 с.
9. Armstrong G. Marketing: An Introduction 13th edition. Pearson. 2016. 642 p.
10. Bednáriková N. Marketing ľudských zdrojov ako súčasť budovania značky zamestnávateľa. University of St. Cyril and Methodius of Trnava. Fakulta sociálnych vied, Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave, 2022. 140 p
11. Cardy R., Balkin D., Gomez-Mejia L. Managing Human Resources 8th edition. PEARSON INDIA, 2016. 624 p.
12. Kotler P., Keller K. Marketing Management 14th ed. Prentice Hall. New Jersey, 2011. 816 p.

Додаткова:

1. Драган О.І., Рудова А.Я. Професійні компетенції як основа ефективної роботи менеджера з персоналу. Приазовський економічний вісник. 2021. №2 (25). С.89-94. URL: <http://rev.kpu.zp.ua/vypusk-2-25>
2. Драган О.І., Рудова А.Я. Професійні компетенції як основа ефективної роботи менеджера з персоналу. Приазовський економічний вісник. 2021. №2 (25). С.89-94. URL: <http://rev.kpu.zp.ua/vypusk-2-25>
3. Куделя В. І., Мирошниченко Ю.В., Моцна І.В. Організація праці як фактор удосконалення менеджменту персоналу. Держава та регіони. Серія : Економіка та підприємництво. 2020. № 3(1). С. 107-111. – URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/drep_2020_3\(1\)_21](http://nbuv.gov.ua/UJRN/drep_2020_3(1)_21).
4. Муромець Н.Є., Мирошниченко Ю. В., Савченко І. Г. Управління персоналом в системі



менеджменту організації : монографія ;[ред. Н. Є. Муромець] ; Київ. нац. торг.-екон. ун-т, Харків. торг.-екон. ін-т КНТЕУ. Харків : Панов А. М., 2019. 192 с.

5. Почтовюк А. Б., Семеніхіна В.В. HR-менеджмент та можливості його використання для професійного розвитку персоналу. Економічний простір. 2020. № 160. С. 103-107. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecpros_2020_160_21

6. Професійний розвиток персоналу підприємств в системі мотиваційного менеджменту : колект. монографія / [М. В. Семікіна та ін.] ; Центральноукр. нац. техн. ун-т. Кропивницький : Лисенко В. Ф. [вид.], 2021. 439 с.

7. Сардак О.В. Управління персонал-маркетингом: ідеогенез, інструментарій, синергія : монографія ; Донец. нац. ун-т економіки і торгівлі ім. Михайла Туган-Барановського. - Донецьк : ДонНУЕТ, 2012. - 664 с.

8. Управління персоналом [Текст] : навч. посіб. для студентів спец. 073 Менеджмент [К. Ф. Ковальчук та ін.]; Нац. металург. акад. України. Дніпро : Акцент ПП, 2019. 302 с.

Інформаційні ресурси:

1. HR -Ліга Спільнота кадровиків і фахівців з управління персоналом. Офіційний сайт: URL : <https://hrliga.com/index.php?module=books&cid=4>
2. Всеукраїнська асоціація кадровиків. Офіційний сайт: URL : <http://www.kadrovik.ua/>
3. HRM Exam URL: <https://www.Hrmexam.Com/>
4. KadrEX.кадровий експерт. URL: <https://kadrex.profpressa.com/>

10. Регуляції і політики курсу

Відвідування занять. Регуляція пропусків.

Відвідування усіх занять є обов'язковим. Ліквідація студентами заборгованості з пропущених занять здійснюється за окремим графіком або під час консультацій.

Політика академічної доброчесності

Студенти, що вдалися до списування, плагіату чи інших проявів недоброчесної поведінки за написання есе отримують нуль балів відповідно до Кодексу академічної доброчесності ЗНУ. URL : https://www.znu.edu.ua/docs/kodeks_akadem_chnoyi_dobrochesnost_.pdf

Використання комп'ютерів/телефонів на занятті

Під час занять користуватися мобільними телефонами, ноутбуками, планшетами та іншимиперсональними гаджетами дозволяється виключно за умови застосування їх в учбових цілях. Під час виконання контрольних заходів (тестів, екзамену) використання гаджетів дозволяється виключно за умови застосування їх для налагодження комунікації із викладачем. У разі порушенняцієї заборони відповідний вид контрольного заходу оцінюється у 0 балів.

Комунікація

Комунікація викладача зі студентами здійснюється за допомогою повідомлень у СЕЗН Moodle; черезелектронну пошту викладача, соціальні мережі Telegram та Viber.

Викладач відповідатиме на запити студентів у термін до трьох робочих днів.

Запитання студентів мають стосуватися вивчення курсу «Маркетингові дослідження персоналу» і бути чіткимита стислими.

Визнання результатів неформальної/інформальної освіти

Право на визнання результатів навчання у неформальній та/або інформальній освіті поширюється на здобувачів вищої освіти усіх рівнів вищої освіти Університету. https://sites.znu.edu.ua/navchalnyj_viddil/normatyvna_basa/polozhennya_znu_pro_poryadok_viznannya_rezul_tat_v_navchannya.pdf

За наявності сертифікату (свідоцтва, програми тощо) про проходження онлайн-курсу, тренінгу, вебінару, курсу підвищення кваліфікації, конференції та ін. з тематики (однієї з тем, змістового модуля) навчальної дисципліни залежно від кількості прослуханих годин (здобутих



кредитів) здобувачу може бути визнано результати навчання, набуті під час неформальної та/або інформальної освіти та зараховано їх або як частину результатів навчання, або як оцінку семестрового контролю.

Для визнання результатів навчання набутих у неформальній освіті здобувач вищої освіти звертається із заявою на ім'я проректора з науково-педагогічної та навчальної роботи Університету, з проханням про визнання результатів навчання на освітніх платформах, наприклад Prometheus.

ДОДАТКОВА ІНФОРМАЦІЯ

ГРАФІК ОСВІТНЬОГО ПРОЦЕСУ 2024-2025 н. р. доступний за адресою: <https://tinyurl.com/yckze4jd>.

НАВЧАЛЬНИЙ ПРОЦЕС ТА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ ОСВІТИ. Перевірка набутих студентами знань, навичок та вмій (атестації, заліки, іспити та інші форми контролю) є невід'ємною складовою системи забезпечення якості освіти і проводиться відповідно до Положення про організацію та методик проведення поточного та підсумкового семестрового контролю навчання студентів ЗНУ: <https://tinyurl.com/y9tve4lk>.

ПОВТОРНЕ ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІН, ВІДРАХУВАННЯ. Наявність академічної заборгованості до 6 навчальних дисциплін (в тому числі проходження практики чи виконання курсової роботи) за результатами однієї екзаменаційної сесії є підставою для надання студенту права на повторне вивчення зазначених навчальних дисциплін. Порядок повторного вивчення визначається Положенням про порядок повторного вивчення навчальних дисциплін та повторного навчання у ЗНУ: <https://tinyurl.com/y9pkmmp5>. Підстави та процедури відрахування студентів, у тому числі за невиконання навчального плану, регламентуються Положенням про порядок переведення, відрахування та поновлення студентів у ЗНУ: <https://tinyurl.com/ycds571a>.

ВИРІШЕННЯ КОНФЛІКТІВ. Порядок і процедури врегулювання конфліктів, пов'язаних із корупційними діями, зіткненням інтересів, різними формами дискримінації, сексуальними домаганнями, міжособистісними стосунками та іншими ситуаціями, що можуть виникнути під час навчання, регламентуються Положенням про порядок і процедури вирішення конфліктних ситуацій у ЗНУ: <https://tinyurl.com/57wha734>. Конфліктні ситуації, що виникають у сфері стипендіального забезпечення здобувачів вищої освіти, вирішуються стипендіальними комісіями факультетів, коледжів та університету в межах їх повноважень, відповідно до: Положення про порядок призначення і виплати академічних стипендій у ЗНУ: <https://tinyurl.com/yd6bq6p9>; Положення про призначення та виплату соціальних стипендій у ЗНУ: <https://tinyurl.com/y9r5dpwh>.

ПСИХОЛОГІЧНА ДОПОМОГА. Телефон довіри практичного психолога **Марті Ірини Вадимівни** (061) 228-15-84, (099) 253-78-73 (щоденно з 9 до 21).

УПОВНОВАЖЕНА ОСОБА З ПИТАНЬ ЗАПОБІГАННЯ ТА ВИЯВЛЕННЯ КОРУПЦІЇ Запорізького національного університету: **Банак Віктор Аркадійович**

Електронна адреса: v_banakh@znu.edu.ua

Гаряча лінія: тел. (061) 227-12-76, факс 227-12-88

РІВНІ МОЖЛИВОСТІ ТА ІНКЛЮЗИВНЕ ОСВІТНЄ СЕРЕДОВИЩЕ. Центральні входи усіх навчальних корпусів ЗНУ обладнані пандусами для забезпечення доступу осіб з інвалідністю та інших маломобільних груп населення. Допомога для здійснення входу у разі потреби надається черговими охоронцями навчальних корпусів. Якщо вам потрібна спеціалізована допомога, будь ласка, зателефонуйте (061) 228-75-11 (начальник охорони). Порядок супроводу (надання допомоги) осіб з інвалідністю та інших маломобільних груп



населення у ЗНУ: <https://tinyurl.com/ydhcsagx>.

РЕСУРСИ ДЛЯ НАВЧАННЯ

НАУКОВА БІБЛІОТЕКА: <http://library.znu.edu.ua>. Графік роботи абонементів: понеділок-п'ятниця з 08.00 до 16.00; вихідні дні: субота і неділя.

СИСТЕМА ЕЛЕКТРОННОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ НАВЧАННЯ (MOODLE):

<https://moodle.znu.edu.ua>

Якщо забули пароль/логін, направте листа з темою «Забув пароль/логін» за адресою: moodle.znu@znu.edu.ua.

У листі вкажіть: прізвище, ім'я, по-батькові українською мовою; шифр групи; електронну адресу.

Якщо ви вказували електронну адресу в профілі системи Moodle ЗНУ, то використовуйте посилання для відновлення паролю <https://moodle.znu.edu.ua/mod/page/view.php?id=133015>.

ЦЕНТР ІНТЕНСИВНОГО ВИВЧЕННЯ ІНОЗЕМНИХ МОВ: <http://sites.znu.edu.ua/child-advance/>

ЦЕНТР НІМЕЦЬКОЇ МОВИ, ПАРТНЕР ГЕТЕ-ІНСТИТУТУ:

<https://www.znu.edu.ua/ukr/edu/ocznu/nim>

ШКОЛА КОНФУЦІЯ (ВИВЧЕННЯ КИТАЙСЬКОЇ МОВИ): <http://sites.znu.edu.ua/confucius>