

ПРЕЗЕНТАЦІЯ

Метою викладання навчальної дисципліни «Маркетингові дослідження персоналу» є засвоєння студентами сутності й особливостей управління персоналом; закладення основи знань теоретико-методологічних аспектів та навичок практичного застосування прийомів і методів формування кадрової стратегії, планування, розвитку оцінювання та мотивації і стимулювання персоналу, регулювання трудової діяльності та управління робочим часом працівників; налагодження соціального партнерства в організації; визначення ефективності управління персоналом.

Основними **завданнями** вивчення дисципліни «Маркетингові дослідження персоналу» є набуття теоретичних знань з управління персоналом та оволодіння цими вміннями та навичками застосовувати ці знання у бізнесі та організаціях; розвиток у студентів здібностей до науково-дослідницької діяльності, самостійності та відповідальності.

У результаті вивчення навчальної дисципліни студенти повинні **знати**:

- сутність основних понять і категорій управління персоналом;
- сутності основних функцій управління персоналом;
- сутності методів і технологій управління персоналом;
- налагоджування ефективної комунікації у процесі управління;
- керівництва та лідерства, стилю управління;
- організації роботи з персоналом;
- визначення та оцінки ефективності управління персоналом.

Вміти:

- аналізувати і планувати чисельність й структуру персоналу;
- виявляти потреби у навчанні персоналу та розробляти плани підготовки, перепідготовки і підвищення кваліфікації;
- аналізувати рівень умов праці в організації;
- аналізувати ефективність організації трудових процесів і витрат робочого часу та розробляти заходи щодо удосконалення цих витрат;
- організовувати професійний відбір працівників на вакантні робочі місця;
- організовувати виробничу та соціальну адаптацію новоприйнятих працівників;
- розробляти прогнози соціального розвитку з урахуванням світових тенденцій і фінансових можливостей підприємства;
- вести наукові дослідження у сфері соціально-трудова відносин.

У процесі вивчення дисципліни студенти повинні оволодіти **компетенціями**:

- ефективної комунікаційної взаємодії;
- засвоєння нових знань, самовдосконалення;

- системного мислення, творчого пошуку, комплексного аналізу проблеми, прийняття рішень;
- самоменеджменту, до планування власної кар'єри та здорового способу життя;
- працювати у команді;
- добирати і використовувати психолого-педагогічні технології у професійній діяльності, здатність до лідерства.

Міждисциплінарні зв'язки. Дисципліна «Маркетингові дослідження персоналу» ґрунтується на знаннях, отриманих студентом після вивчення дисциплін «Теорія і практика кадрової політики», «Стратегічне управління людськими ресурсами», «Технології управління персоналом», «Управління командами».