



## СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «HR- маркетинг»

Компонента освітньої програми – вибіркова (4 кредити)

Освітньо-професійна програма	Маркетинг
Спеціальність	D5 Маркетинг
Галузь знань	D «Бізнес, адміністрування та право»
Рівень вищої освіти	Другий (магістерський)
Мова навчання	українська
Профайл викладача	Ковбас Галина Іванівна, кандидат економічних наук, асистент кафедри маркетингу, інновацій та регіонального розвитку <a href="https://mmix.cv.ua/staff/kovbas-halyna-ivanivna">https://mmix.cv.ua/staff/kovbas-halyna-ivanivna</a>
Контактний тел.	+38 0372509465
E-mail:	<a href="mailto:h.kovbas@chnu.edu.ua">h.kovbas@chnu.edu.ua</a>
Консультації	вівторок з 10.00 до 13.00

### АНОТАЦІЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

«HR-маркетинг» полягає у необхідності надання різносторонніх інструментів для залучення, утримання та розвитку кваліфікованих працівників у сучасних умовах ринку праці, адже ці знання безпосередньо впливають на успіх бізнесу. Логіка дисципліни орієнтована таким чином, що усвідомлення проблематики тем, які пропонуються для вивчення, сприяють пошуку можливих шляхів їх розв'язання. Майбутні фахівці не лише опанують сучасні маркетингові технології та інструменти, а й набудуть практичних навичок їх застосування для розв'язання актуальних завдань у сфері управління персоналом.

**Метою вивчення дисципліни «HR-маркетинг» є формування у студентів знань і навичок щодо застосування сучасних технологій планування та організації маркетингового управління персоналом на вітчизняних підприємствах із врахуванням найкращих зарубіжних практик. У процесі навчання студенти ознайомляться з основними теоретичними концепціями та практичними інструментами управління персоналом з маркетингової точки зору, що сприятиме їх здатності ефективно керувати трудовими ресурсами в сучасному бізнес-середовищі.**

## НАВЧАЛЬНИЙ КОНТЕНТ ОСВІТНЬОЇ КОМПОНЕНТИ

Тема 1. HR-маркетинг у системі стратегічного управління персоналом підприємства.
Тема 2. HR-маркетинг в контексті розвитку сучасного ринку праці.
Тема 3. Бренд роботодавця, як бізнес інструмент ефективної роботи організації.
Тема 4. Талант-орієнтований рекрутинг: маркетингові підходи та стратегії.
Тема 5. Мотивація та мотиваційні стратегії як інструмент підвищення ефективності бізнесу.
Тема 6. Комунікації у комплексі маркетингу персоналу.
Тема 7. HR-аналітика та маркетингове дослідження персоналу.
Тема 8. Бізнес-стратегія організації та її імідж як роботодавця.
Тема 9. Розвиток сучасних маркетингових персонал-технологій у діяльності вітчизняних підприємств.

## ОСВІТНІ ТЕХНОЛОГІЇ, ФОРМИ ТА МЕТОДИ НАВЧАННЯ

Словесні методи (лекція, дискусія, бесіда, консультація тощо).

Бізнес-кейси (індивідуальні або командні) .

Ділові гри;

Проектні завдання (індивідуальні та командні проекти);

Методи візуалізації результатів (презентації результатів виконаних завдань, ілюстрації, відеоматеріали, інфографіка тощо).

Робота з інформаційними ресурсами: з навчально-методичною, науковою, нормативною літературою та інтернет-ресурсами.

Самостійна робота над індивідуальним завданням.

Підготовка тез/доповіді на конференцію.

Тренінги, коучі, майстер-класи від запрошених стейкхолдерів.

Реферативні та пошукові дослідження.

## ФОРМИ Й МЕТОДИ КОНТРОЛЮ ТА ОЦІНЮВАННЯ

**Поточний контроль.** Формами поточного контролю є:

Презентація самостійних робіт за індивідуальними завданнями.

Захист бізнес-кейсів, результатів досліджень.

Аналітичні звіти, реферати.

Презентації результатів виконання завдань.

Презентація творчих завдань.

Командні результати проектних завдань.

Презентація власного підготовленого кейсу, який складений на основі формування HR-бренду, залучення та утримання талантів, а також просування цінностей кампанії серед потенційних та наявних працівників.

Здобувачі виконують індивідуальне навчально-дослідницьке завдання, яке виконується в процесі вивчення програмного матеріалу навчального курсу. ІНДЗ виконується за власною ініціативою, бажанням здобувача освіти,

крім обов'язкових видів контролю. Здобувачі освіти самостійно обирають тему ІНДЗ з тематичного переліку. Виконання ІНДЗ дає можливість отримати додаткові бали з метою поліпшення результатів поточного контролю або отримання оцінки за підсумковим контролем автоматично.

*Підсумковий контроль* – залік

### **КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ**

Оцінювання програмних результатів навчання здобувачів освіти здійснюється за шкалою європейської кредитно-трансферної системи (ECTS).

### **ПОЛІТИКА ЩОДО АКАДЕМІЧНОЇ ДОБРОЧЕСНОСТІ**

Дотримання політики щодо академічної доброчесності учасниками освітнього процесу при вивченні навчальної дисципліни регламентовано такими документами:

- «Етичний кодекс Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича». URL: <https://www.chnu.edu.ua/media/jxdfs0zb/etychnyi-kodeks-chernivets-koho-natsionalnoho-universytetu.pdf> ;
- «Положенням про виявлення та запобігання академічного плагіату у Чернівецькому національному університету імені Юрія Федьковича». [https://www.chnu.edu.ua/media/vupnho4k/polozhennya-pro-zapobihannia-plahiatu\\_2024.pdf](https://www.chnu.edu.ua/media/vupnho4k/polozhennya-pro-zapobihannia-plahiatu_2024.pdf).

### **ІНФОРМАЦІЙНІ РЕСУРСИ:**

1. Пошукові системи URL: [www.work.ua](http://www.work.ua); [www.ukr.net](http://www.ukr.net); [www.google.com.ua](http://www.google.com.ua)
2. Премія HR-БРЕНД. Україна. URL: <http://hrbrand.com.ua/news.php>

*Детальна інформація щодо вивчення курсу  
«HR-маркетинг»  
висвітлена у робочій програмі навчальної дисципліни*