



СИЛАБУС ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТА «HR- МАРКЕТИНГ»

Компонент освітньої програми – вибірковий (3 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, доцент, асистент кафедри маркетингу, інновацій та регіонального розвитку https://mmix.cv.ua/staff/kovbas-halyna-ivanivna
Контактний тел.	+38 0372509465
E-mail:	h.kovbas@chnu.edu.ua
Сторінка курсу в Moodle	https://moodle.chnu.edu.ua/course/view.php?id=9286
Консультації	вівторок з 10.00 до 13.00

АНОТАЦІЯ ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТА

Навчальна дисципліна «**HR-маркетинг**» спрямована на формування у студентів системного розуміння сучасних підходів до маркетингового управління персоналом та розвитку людського капіталу організації. Особлива увага приділяється використанню маркетингових інструментів для залучення, відбору, адаптації, мотивації, утримання та розвитку працівників, а також формуванню позитивного досвіду працівника та привабливого бренду роботодавця. Зміст дисципліни орієнтований на поєднання теоретичних знань із практичними підходами до вирішення актуальних завдань управління персоналом у сучасному бізнес-середовищі.

Мета навчальної дисципліни «HR-маркетинг»: Мета навчальної дисципліни «HR-маркетинг»: формування у здобувачів системного розуміння сучасних концепцій, принципів та інструментів HR-маркетингу, набуття навичок дослідження потреб і мотивації персоналу, аналізу ринку праці та позиціонування роботодавця. У межах курсу студенти ознайомляться з підходами до формування позитивного бренду роботодавця, залучення, розвитку, мотивації та утримання працівників, а також навчатися розробляти HR-маркетингові заходи відповідно до потреб організації та сучасних тенденцій ринку праці.

Курс можуть одночасно вивчати 10 студентів.

НАВЧАЛЬНИЙ КОНТЕНТ ОСВІТНЬОЇ КОМПОНЕНТИ

Тема 1. HR-маркетинг у системі стратегічного управління персоналом підприємства
Тема 2. Бізнес-стратегія організації та її імідж як роботодавця
Тема 3. Бренд роботодавця як бізнес-інструмент ефективної роботи організації
Тема 4. HR-аналітика та маркетингове дослідження персоналу
Тема 5. Талант-орієнтований рекрутинг
Тема 6. Комунікації у комплексі маркетингу персоналу
Тема 7. Мотиваційні стратегії персоналу
Тема 8. Сучасні маркетингові персонал-технології провідних компаній

ОСВІТНІ ТЕХНОЛОГІЇ, ФОРМИ ТА МЕТОДИ НАВЧАННЯ:

Словесні та інформаційно-рецептивні методи (проблемна лекція, лекція-дискусія, пояснення, обговорення теоретичних положень та сучасних підходів до маркетингового управління персоналом).

Наочні методи та візуалізація (презентації, демонстрація відеоматеріалів та прикладів практичної діяльності компаній у сфері HR-маркетингу).

Інтерактивні та практичні методи (кейс-метод, дискусії, робота в малих групах, рольові вправи, аналіз практичних ситуацій щодо залучення, розвитку та утримання персоналу, формування бренду роботодавця).

Практико-орієнтовані форми (тренінги, майстер-класи, аналіз практичного досвіду українських та міжнародних компаній, виконання практичних завдань і розгляд реальних кейсів у сфері HR-маркетингу).

Самостійна робота (опрацювання наукових та інформаційних джерел, аналіз сучасних HR-маркетингових практик, підготовка презентацій, виконання індивідуальних і групових завдань, дослідження бренду роботодавця та EVP обраної компанії).

ФОРМИ Й МЕТОДИ КОНТРОЛЮ ТА ОЦІНЮВАННЯ

Формами поточного контролю та оцінювання є:

Оцінювання активності студентів на практичних заняттях (дискусії, мозкові штурми, аналіз кейсів та практичних ситуацій).

Оцінювання виконання практичних, індивідуальних і самостійних завдань (аналіз бренду роботодавця, EVP, підготовка аналітичних матеріалів).

Презентація та захист індивідуальних і командних проєктів у сфері HR-маркетингу.

Поточне оцінювання результатів практичних робіт.

Формою підсумкового контролю є залік.

КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ

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

Критерієм успішного оцінювання є досягнення здобувачем вищої освіти мінімальних порогових рівнів (балів) за кожним запланованим результатом навчання.

ПОЛІТИКА ЩОДО АКАДЕМІЧНОЇ ДОБРОЧЕСНОСТІ

Дотримання політики щодо академічної доброчесності учасниками освітнього процесу при вивченні освітнього компонента регламентовано чинними документами ЧНУ:

- «Кодекс академічної доброчесності та етики Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича»

<https://www.chnu.edu.ua/universytet/normatyvni-dokumenty/kodeks-akademichnoi-dobrochesnosti-ta-etyky-chernivetskoho-natsionalnoho-universytetu-imeni-yurii-fedkovycha/>

- «Положенням про виявлення та запобігання академічного плагіату у Чернівецькому національному університеті імені Юрія Федьковича»

<https://www.chnu.edu.ua/universytet/normatyvni-dokumenty/polozhennia-pro-vyivlennia-ta-zapobihannia-akademichnomu-plahiatu-u-chernivetskomu-natsionalnomu-universyteti-imeni-yurii-fedkovycha/>

- «Політика використання штучного інтелекту в Чернівецькому національному університеті імені Юрія Федьковича»

<https://www.chnu.edu.ua/universytet/normatyvni-dokumenty/polityka-vykorystannia-shtuchnoho-intelektu-v-chernivetskomu-natsionalnomu-universyteti-imeni-yurii-fedkovycha-zi-zminamy-zatverdzhenyymi-vchenoiu-radoiu-chnu-imeni-yurii-fedkovycha/>

ВИКОРИСТАННЯ ЗДОБУВАЧАМИ ОСВІТИ ІНСТРУМЕНТІВ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ (ШІ) ПІД ЧАС ВИКОНАННЯ НАВЧАЛЬНИХ ЗАВДАНЬ:

- допускається за умови дотримання принципів академічної доброчесності (здобувач освіти несе відповідальність за зміст, достовірність і результати поданої роботи, а у разі використання ШІ зобов'язаний зазначити факт і спосіб його застосування);

- не допускається використання ШІ як заміни самостійного виконання завдань або з метою порушення вимог академічної доброчесності;

- додаткові обмеження чи вимоги щодо використання ШІ можуть визначатися викладачем в освітньому процесі для конкретних видів навчальної діяльності відповідно до особливостей дисципліни.

ІНФОРМАЦІЙНІ РЕСУРСИ

1. Державна служба статистики України – офіційне джерело статистичної інформації про зайнятість, ринок праці, заробітну плату та трудові ресурси України. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua/>
2. Державна служба зайнятості України – інформація про стан ринку праці, зайнятість населення, вакансії та тенденції працевлаштування. URL: <https://www.dcz.gov.ua/>
3. Work.ua – український ресурс з пошуку роботи, вакансій та резюме, а також аналітичними матеріалами щодо ринку праці. URL: <https://www.work.ua/>

4. LinkedIn.– професійна соціальна мережа для пошуку працівників, розвитку професійного бренду та HR-комунікацій. URL: <https://www.linkedin.com/>
5. DOU – інформаційний ресурс з аналітикою ринку праці, вакансіями, зарплатами та сучасними HR-практиками. . URL: <https://dou.ua/>
6. Chartered Institute of Personnel and Development (CIPD) – професійний ресурс з питань управління персоналом, розвитку талантів та організаційного розвитку. URL: <https://www.cipd.org/>
7. Society for Human Resource Management (SHRM). URL: <https://www.shrm.org/> – професійний ресурс з управління людськими ресурсами, мотивації, залучення та утримання персоналу.
8. Deloitte Insights – аналітичні дослідження сучасних тенденцій у сфері людського капіталу, HR та майбутнього праці. URL: <https://www.deloitte.com/us/en/insights/topics/talent/human-capital-trends.html>
9. McKinsey & Company – аналітичні матеріали щодо управління талантами, організаційного розвитку та трансформації робочого середовища. URL: <https://www.mckinsey.com/capabilities/people-and-organization/our-insights>
10. Harvard Business Review – авторитетне видання з аналітичними статтями та кейсами у сфері управління персоналом, лідерства, мотивації та корпоративної культури. URL: <https://hbr.org/>
11. Forbes – міжнародне ділове видання, що висвітлює питання бізнесу, менеджменту, лідерства та розвитку організацій. URL: <https://www.forbes.com/>
12. Google Scholar – пошуковий ресурс для наукових статей, досліджень та публікацій у сфері HR-маркетингу, employer branding і talent management. URL: <https://scholar.google.com/>