|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ**  ***УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ*** | | |
| **Управление человеческими ресурсами** | | |
| Уровень образования | Бакалавриат | |
| Направление подготовки/Специальность | 38.03.02 | Менеджмент |
| Направленность (профиль)/Специализация | Маркетинг и бренд-менеджмент | |
| Срок освоения образовательной программы по очной форме обучения | 5 лет | |
| Форма обучения | Очно-заочная | |

* + - 1. Учебная дисциплина «Управление человеческими ресурсами» изучается в пятом семестре*.*
      2. Курсовая работа не предусмотрена

## Форма промежуточной аттестации

* + - 1. экзамен

## Место учебной дисциплины в структуре ОПОП

* + - 1. Учебная дисциплина «Управление человеческими ресурсами» относится к части программы, формируемой участниками образовательных отношений.

## Цели и планируемые результаты обучения по дисциплине

* + - 1. Целями изучения дисциплины «Управление человеческими ресурсами» являются:
    - изучение теоретических основ принятия управленческих решений при использовании концепций управления человеческими ресурсами;
    - приобретение знаний и навыков управленческой деятельности в области кадрового планирования;
    - формирование у обучающихся компетенций, установленных образовательной программой в соответствии с ФГОС ВО по данной дисциплине.
      1. Результатом обучения по учебной дисциплине является овладение обучающимися знаниями, умениями, навыками и опытом деятельности, характеризующими процесс формирования компетенций и обеспечивающими достижение планируемых результатов освоения учебной дисциплины.

## Формируемые компетенции и индикаторы достижения компетенций:

| **Код и наименование компетенции** | **Код и наименование индикатора**  **достижения компетенции** | **Планируемые результаты обучения**  **по дисциплине** |
| --- | --- | --- |
| ПК-2. Способен определять подходящие инструменты комплекса маркетинга и бренд-менеджмента и применять их для управления брендом в процедурах реализации управленческих задач | ПК-2.1. Использование положений теории маркетинга и менеджмента для применения методов и инструментов бренд-менеджмента. | * Определяет круг задач в рамках поставленной цели с учетом положений теории маркетинга и менеджмента. * Выделяет положения теории менеджмента и маркетинга, используемые в управлении человеческими ресурсами. * Оценивает возможности корректировки инструментария бренд-менеджмента для использования в управлении человеческими ресурсами. |
|  | ПК-2.3. Планирование маркетинговой деятельности, относящейся к определенному бренду | * Планирует направления деятельности, относящиеся к определенному бренду. * Умеет принимать обоснованные управленческие решения с учетом особенностей планируемой деятельности. * Применяет инструментарий маркетинга и бренд-менеджмента для формирования имиджа соответствующего бренда. |

## Общая трудоёмкость учебной дисциплины (модуля) по учебному плану составляет:

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| по очной форме обучения – |  | **з.е.** |  | **час.** |
| по очно-заочной форме обучения – | **5** | **з.е.** | **180** | **час.** |
| по заочной форме обучения – |  | **з.е.** |  | **час.** |