**Аннотация к рабочей программе учебной дисциплины**

**«Маркетинг персонала»**

Направление подготовки: **38.03.04 «Государственное и муниципальное управление»**

Профили подготовки: «**Государственное управление инновациями, инновационными процессами и проектами»**

**1. Цели освоения дисциплины:**

- подготовка специалиста, свободно ори­ентирующегося на рынке труда с использованием техно­логи маркетинга персонала в конкурентных условиях;

- усвоить понятие, сущность, содержание, функции и технологии маркетинга персонала в сфере ГМУ;

- изучить нормативно-правовые основания маркетинга персонала в органах ГМУ;

- получить практические навыки маркетинга персонала в организации и в деятельности по совершенствованию системы управления персоналом.

**2. Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины:**

ОК-6 - способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия;

ОПК-3 - способность проектировать организационные структуры, участвовать в разработке стратегий управления человеческими ресурсами организаций, планировать и осуществлять мероприятия, распределять и делегировать полномочия с учетом личной ответственности за осуществляемые мероприятия;

ПК-2 - владением навыками использования основных теорий мотивации, лидерства и власти для решения стратегических и оперативных управленческих задач, а также для организации групповой работы на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды, умений проводить аудит человеческих ресурсов и осуществлять диагностику организационной культуры.

**3. Содержание дисциплины**

**3. Содержание уче**

|  |  |
| --- | --- |
| № п/п | Разделы учебной дисциплины |
| 1 | Введение в учебную дисциплину «Маркетинг персонала» |
| 2 | Основные направления маркетинга персонала |
| 4 | Принципы маркетинга персонала |
| 5 | Функции и уровни маркетинга персонала |
| 6 | Виды маркетинга персонала и их характеристика |
| 7 | Технологии маркетинга персонала в сфере ГМУ |
| 8 | Имидж организации и его использование в маркетинге персонала |
| 9 | Информационная, коммуникативная и ценовая функции маркетинга персонала в ГМУ |