


Рівень вищої освіти	Другий (магістерський) рівень
Код і найменування спеціальності, тип і назва освітньої програми	075Маркетинг освітньо-професійна програма Маркетинг
Статус навчальної дисципліни	Обов'язкова навчальна дисципліна.
Курс, семестр	2 курс, 1 семестр.
Трудовістю	Загальна кількість годин – 135 год. Кількість кредитів – 4,5.
Мова(и) викладання	Державна
ННІ, кафедра	Навчально-науковий інститут економіки, управління, права та інформаційних технологій, кафедра маркетингу
Контактні дані розробника(ів)	 <p> Дядик Тетяна, к.е.н., доцент Контакти: ауд. 465, навчальний корпус №4 e-mail: tetiana.diadyk@pdau.edu.ua, тел.: +380507465072, сторінка викладача: https://www.pdau.edu.ua/people/dyadyk-tetyana-vasylivna </p>
Мета вивчення навчальної дисципліни	сформувати розуміння концепції HR-маркетингу, як системи знань з управління попитом та пропозицією на сучасному ринку праці.
Компетентності	ЗК 5. Навички міжособистісної взаємодії. ЗК 10. Здатність до самоосвіти, постійного вдосконалення професійного рівня та особистісних якостей, впливу на відносини у трудовому колективі. ЗК 11. Здатність формувати та проявляти лідерські навички, вести ділові переговори, вміння продуктивно використовувати свій час, стресостійкість. ФК4. Здатність застосовувати творчий підхід до роботи за фахом. ФК6. Здатність обирати і застосовувати ефективні засоби управління маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта на рівні організації, підрозділу, групи, мережі. ФК8. Здатність формувати систему маркетингу ринкового суб'єкта та оцінювати результативність і ефективність її

	<p>функціонування. ФК 10. Здатність виконувати функції HR-маркетолога, впроваджувати сучасні маркетингові персонал-технології на основі міжнародного досвіду HR-маркетингу.</p>
<p>Результати навчання</p>	<p>ПРН 8. Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу. ПРН 14. Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку. ПРН 17. Підвищувати ефективність HR-маркетингу підприємства, впроваджувати соціально-відповідальний маркетинг у стратегічні плани організації. ПРН 19. Вміти організовувати службу маркетингу на підприємстві як підрозділу, що забезпечує координацію та оптимізацію діяльності всіх структур підприємства.</p>
<p>Методи навчання</p>	<p>1. Методи організації та здійснення навчально-пізнавальної діяльності: - за джерелом знань словесні методи: <i>лекція, розповідь-пояснення; бесіда;</i> наочні методи: <i>ілюстрування; демонстрування;</i> практичні методи: <i>вправи; практичні роботи; робота з навчально-методичною літературою;</i> <i>конспектування, тезування, анотування, підготовка реферату,</i> - за ступенем керівництва методи самостійної роботи вдома: <i>завдання самостійної роботи</i> робота під керівництвом викладача: <i>виконання практичних завдань</i></p> <p>2. Методи стимулювання і мотивації навчально-пізнавальної діяльності методи формування пізнавальних інтересів: <i>створення ситуації інтересу; ситуації новизни навчального матеріалу; метод використання життєвого досвіду; навчальні дискусії для вирішення проблемної ситуації</i></p> <p>3. Методи контролю за ефективністю навчально-пізнавальної діяльності: методи усного контролю: <i>обговорення теоретичних питань, доповіді;</i> методи письмового контролю: <i>письмове виконання практичних завдань, глосарій;</i> тестовий контроль: <i>розв'язування тестів;</i></p> <p>4. Інноваційні методи навчання: інтерактивні методи: <i>дискусії, диспути, проектування професійних ситуацій;</i> комп'ютерні і мультимедійні методи: <i>використання мультимедійних презентацій; дистанційне навчання.</i></p>
<p>Програма навчальної дисципліни</p>	<p>Тема 1. Сутність, зміст HR-маркетингу та його необхідність в сучасних умовах. Тема 2. Основні характеристики і принципи вивчення ринку праці. Тема 3. Товар «робоча сила» в системі маркетингу. Тема 4. Цінова та комунікативна політика HR-маркетингу. Тема 5. Маркетингові дослідження ринку праці. Тема 6. Процес формування HR-бренда. Тема 7. Розвиток HR-маркетингу в підприємствах. Тема 8. Маркетинг персоналу підприємства.</p>

	<p>Тема 9. Економічна ефективність HR-маркетингу. Тема 10. Міжнародний досвід HR-маркетингу.</p>
<p>Стратегія оцінювання результатів навчання</p>	<p>Навчальні досягнення здобувачів вищої освіти за результатами вивчення тем та курсу оцінюються у відповідності до форм поточного та семестрового оцінювання результатів навчання. Формами поточного контролю знань здобувачів вищої освіти є: розв'язування тестів; виконання вправ на практичних заняттях; виконання завдань самостійної роботи (реферати, глосарій, тези, презентації). Форма семестрового контролю – екзамен.</p>
<p>Політика навчальної дисципліни</p>	<p>1. Академічна доброчесність Здобувач вищої освіти повинен дотримуватись Кодексу академічної доброчесності https://www.pdau.edu.ua/sites/default/files/node/4518/dobrodobro.pdf та Кодексу про етику викладача та здобувача вищої освіти Полтавського державного аграрного університету https://www.pdau.edu.ua/sites/default/files/node/4518/etykaetyka.pdf. Дотримання академічної доброчесності здобувачами освіти передбачає: самостійне виконання навчальних завдань, завдань поточного та підсумкового контролю результатів навчання (для осіб з особливими освітніми потребами ця вимога застосовується з урахуванням їхніх індивідуальних потреб і можливостей); посилання на джерела інформації у разі використання ідей, розробок, тверджень, відомостей; дотримання норм законодавства про авторське право і суміжні права; надання достовірної інформації про результати власної навчальної (наукової, творчої) діяльності, використані методики досліджень і джерела інформації.</p> <p>2. Академічна мобільність Є можливість опанування даної навчальної дисципліни за програмами академічної мобільності (внутрішньої / міжнародної) за наявними укладеними угодами (договорами) між Університетом та закладом-партнером та / або індивідуальними запрошеннями. Визнання та перезарахування результатів такого навчання відбувається спеціально створеною комісією на підставі поданих здобувачем вищої освіти відповідних документів з використанням Європейської кредитно-трансферної системи. Організаційні процеси навчання за програмами академічної мобільності регламентуються Положенням про академічну мобільність здобувачів вищої освіти Полтавського державного аграрного університету: https://www.pdau.edu.ua/sites/default/files/node/5555/polozhennyapromobilnist.pdf.</p> <p>3. Неформальна/інформальна освіта На здобувачів вищої освіти поширюється право про визнання результатів навчання, набутих у неформальній / інформальній освіті перед опануванням даної освітньої компоненти. Визнання набутих результатів навчання або відмова у їх визнанні. Набуття відповідних результатів навчання можливе після успішного опанування курсів (з документальним підтвердженням) на різноманітних навчальних платформах, зокрема: зокрема: Prometheus, Coursera, ВУМ online, EdEra, Українська академія лідерства, Інша Освіта тощо. Особливості неформального / інформального навчання регламентовані Положенням про порядок визнання результатів навчання, набутих у неформальній та інформальній освіті, здобувачами вищої освіти Полтавського</p>

	<p>державного аграрного університету: https://www.pdau.edu.ua/sites/default/files/node/5555/polozhennyapronformalnuosvitu.pdf.</p> <p>4. Дедлайни та перескладання Виконання завдань з порушенням термінів без поважних причин оцінюється на нижчий на 25% бал. Перескладання поточного та підсумкового контролю відбуваються за наявності поважних причин з дозволу директорату.</p>
<p>Передумови для вивчення навчальної дисципліни (за потреби)</p>	<p>Передумови відсутні</p>
<p>Додаткові матеріали для представлення навчальної дисципліни (за потреби)</p>	<p>Робоча програма навчальної дисципліни, презентації, відеоролики, методичні рекомендації, матеріали в системі Moodle тощо.</p>
<p>Рекомендовані джерела інформації</p>	<p style="text-align: center;">Основні</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Акулов М., Драбаніч А., Євась Т., Жукова О., Помірча О., Цаль І., Юрчишена Л. Економіка праці і соціально-трудові відносини. К.: ЦНЛ. 2019. 328 с. 2. Ільч Л.М., Акіліна О.В. Економіка праці та соціально-трудові відносини: підручник. К.: Київський ун-т ім. Бориса Грінченка, 2020. 952 с. URL: https://elibrary.kubg.edu.ua/id/eprint/33738/1/Akilina_L_Illich_EP_pidruch_FIT_U.pdf 3. Економіка праці: навчальний посібник. За заг. ред. Г.В. Назарової. Харків: ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2019. 330 с. URL: https://econom.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2018/07/Nazarova.-Ekonomika-pratsi_2019.pdf 4. Економіка праці та соціально-трудові відносини: підручник. URL: https://buklib.net/books/22041/ 5. Корнійчук Б.В. Ринок праці: навчальний посібник. URL: https://stud.com.ua/146320/menedzhment/rinok_pratsi. 6. Червінська Любов. Економіка праці і соціально-трудові відносини. К.: ЦНЛ. 2019. 288 с. 7. Чернявська О.В. Ринок праці: навчальний посібник. К.: ЦУЛ. 2019. 522 с. <p style="text-align: center;">Допоміжні</p> <ol style="list-style-type: none"> 8. McGraw Hill. Labor Economics 7th Edition. 2021. 592 p. 9. Labor economics from a free market perspective employing the unemployable / WALTER BLOCK. World Scientific Publishing Co. Pte. Ltd., 5 Toh Tuck Link, Singapore. Loyola University New Orleans, USA, 2018. 94 p. 10. Yasnolob, I. Tetyana Chayka, Tetiana Diadyk, Alla Rudych, Oleksandr Bezkrivnyi, Viktoriia Danylenko, Lyudmyla Shulga, Alla Svitlychna (2019) Human Factor in the Creation and Development of Energy Independent and Energy Efficient Rural Settlements. Journal of Environmental Management and Tourism, (Volume X, Fall), 5(37): 1029 – 1036. DOI:10.14505/jemt.v10.5(37).10. URL: https://journals.aserspublishing.eu/jemt/article/view/4005 11. Дядик Т.В. Необхідність HR-маркетингу на сучасному ринку праці. Інфраструктура ринку. №33. 2019. С. 246-253. URL: http://www.market-infr.od.ua/journals/2019/33_2019_ukr/39.pdf. 12. Дядик Т.В., Загребельна І.Л. Міжнародний маркетинг робочої сили. Науковий економічний журнал «Інтелект XXI». №1. 2020. С. 15-20. URL: http://www.intellect21.nuft.org.ua/journal/2020/2020_1/2.pdf. 13. Писаренко С.В., Дядик Т.В., Бих С.М. Інноваційні методи управління персоналом як чинник формування його конкурентоспроможності. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Економіка і менеджмент. Збірник наукових праць. Випуск 41. 2020. С. 61-68. URL:

- <https://www.vestnik-econom.mgu.od.ua/journal/2020/41-2020/11.pdf>
14. Дядик Т.В., Лядський І.К. Соціальна орієнтованість бізнесу, як важлива передумова створення HR-бренду. Вісник ХНАУ ім. В.В. Докучаєва, Серія «Економічні науки». № 2. 2020 р. С. 62-77. URL: http://visen.knau.kharkov.ua/visn2020_2.html
15. Даниленко В.І., Дядик Т.В. Тенденції розвитку ринку праці Полтавського регіону. *Економіка і організація управління*. Випуск 3 (43) 2021. С. 147-156. URL: <http://dspace.pdaa.edu.ua:8080/handle/123456789/11130>.
16. Дядик Т.В., Загребельна І.Л., Касян К.А. Вплив сучасної освіти на формування конкурентоспроможної особистості – фахівця. *Інфраструктура ринку*. 2022. № 63. С. 124-130. URL: http://www.market-infr.od.ua/journals/2022/63_2022/25.pdf.
17. Дядик Т.В. Інструменти маркетингу для HR. *Збірник наукових праць науково-практичної конференції професорсько-викладацького складу Полтавської державної аграрної академії за підсумками науково-дослідної роботи в 2018 році* (м. Полтава, 16-17 травня 2019 року). Полтава: РВВ ПДАА, 2019. С. 66-68. <http://dspace.pdaa.edu.ua:8080/bitstream/123456789/6492/1/%d0%94%d1%8f%d0%b4%d0%b8%d0%ba%20%d0%a2.%d0%92..pdf>
18. Дядик Т.В., Іванов М.В. HR-бренд як чинник конкурентоспроможності підприємства Проблеми обліково-аналітичного забезпечення управління підприємницькою діяльністю: зб. матер. IV Всеукраїнської науково-практичної конференції (м. Полтава, 24 жовтня 2019 р.). Полтава: ПДАА, 2019. С. 457-459. http://dspace.pdaa.edu.ua:8080/bitstream/123456789/6493/1/%d0%94%d1%8f%d0%b4%d0%b8%d0%ba_%d0%86%d0%b2%d0%b0%d0%bd%d0%be%d0%b2_%d1%82%d0%b5%d0%b7%d0%b8.pdf
19. Дядик Т.В. HR-брендинг в агробізнесі. Розвиток агропродовольчого ринку в умовах глобалізації економіки. *Матеріали II Всеукраїнської науково-практичної конференції* (м. Полтава, 31 березня 2020 р.). Полтава: кафедри економіки та МЕН. 2020. С. 122-125. http://dspace.pdaa.edu.ua:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/7698/Academic%20Abstracts_PSAA_E%20and%20IER_31_03-2020-122-125.pdf?sequence=1&isAllowed=y
20. Дядик Т.В. Оплата праці як основний стимул продуктивності. Збірник наукових праць науково-практичної конференції професорсько-викладацького складу Полтавської державної аграрної академії за підсумками науково-дослідної роботи у 2019 р. (м. Полтава, 22-23 квітня 2020 р.). Полтава: РВВ ПДАА. 2020. С. 7-9. URL: <https://www.pdaa.edu.ua/sites/default/files/node/2908/vyklad-konf-2020.pdf>
21. Дядик Т.В. Онбординг – важливий етап брендингу роботодавця. *Інноваційні рішення в економіці, бізнесі, суспільних комунікаціях та міжнародних відносинах: матеріали Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції*. Дніпро: Університет митної справи та фінансів, 2021. С. 227-229. <https://drive.google.com/file/d/1t5AjMhYEPKn4UKIEjAbet2wfey3h4-4U/view>
22. Дядик Т.В., Загребельна І.Л., Павелко А.О. Чинники ефективного управління трудовими ресурсами. *Сучасні виклики та аспекти інноваційного розвитку економічної науки і практики [зб. наук. пр.]*: матеріали V міжнародної науково-практичної інтернет-конференції (м. Київ, 20 жовтня 2021 р.). Київ, 2021. С. 38-43 URL: <https://openscilab.org/wp->

content/uploads/2021/10/suchasni-vikliki-ta-aspekti-innovacijnogo-rozvitku-ekonomichnoi-nauki-i-praktiki_2021_10_20.pdf

23. Дядик Т.В. STEM-освіта – сучасний освітній феномен. *STEM-освіта: науково-практичні аспекти та перспективи розвитку сучасної системи освіти: матеріали всеукраїнського науково-педагогічного підвищення кваліфікації*, 18 жовтня-26 листопада 2021 р. Одеса: Видавничий дім «Гельветика», 2021. С. 73-75. http://dspace.pdaa.edu.ua:8080/bitstream/123456789/11456/1/advanced_training_STEM_%d0%94%d0%b5%d0%ba%d0%b0%d0%b1%d1%80%d1%8c_2021.pdf

24. Дядик Т.В., Максимчук Ю.І. HR-маркетинг як інструмент розвитку підприємства. Управління ресурсним забезпеченням господарської діяльності підприємств реального сектору економіки: *матеріали VII Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції з міжнародною участю*, 27 жовтня 2022 р. Полтава: ПДАУ, 2022. С. 241-243. URL: <https://www.pdau.edu.ua/sites/default/files/academicdepartment/kafedra-menedzhmentu-im-ia-markinoyi-zbirnykmaterialivvii vseukrayininternet-konfercompressed2.pdf>

25. Дядик Т.В. Онбординг персоналу як елемент HR-маркетингу. Інноваційні рішення в економіці, бізнесі, суспільних комунікаціях та міжнародних відносинах: матеріали III Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції 20 квітня 2023. Т 1. Дніпро: Університет митної справи та фінансів, 2023. С. 223-226. URL: <https://drive.google.com/file/d/1fEicFLUnFTZKLb6sei5eioxTmJldx0B0/view>

26. Дядик Т.В. Сучасні тенденції на ринку праці України. *Матеріали наукової конференції професорсько-викладацького складу Полтавського державного аграрного університету за результатами науководослідної роботи 2021-2022 років* (м. Полтава, 17-18 травня 2023 року). Полтава: РВВ ПДАУ, 2023. С. 61-64. URL: <https://www.pdau.edu.ua/sites/default/files/node/2908/zbirnykvyklkonf.pdf>

Інформаційні ресурси мережі Інтернет

1. Державна служба статистики України. Демографічна та соціальна статистика. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
2. Премія HR-бренд. URL: <http://hrbrand.com.ua/>.
3. Центр соціально-економічних досліджень. URL: www.caseukraine.com.ua
4. Інститут демографії та соціальних досліджень імені М.В. Птухи Національної академії наук України URL: <https://idss.org.ua/index>.
5. Інститут соціології НАН України. URL: http://i-soc.com.ua/institute/el_library.php.

Рік введення

2023