ПОЛТАВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Кафедра маркетингу

ЗАТВЕРДЖЕНО КАФЕДРОЮ
Завідувач кафедри
_____ Іван ТЕРЕЩЕНКО
(протокол «01» вересня 2025 року № 1)

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

(обов'язкова навчальна дисципліна)

HR-МАРКЕТИНГ

Освітньо-професійна програма «Маркетинг»
спеціальність 075 Маркетинг
галузь знань 07 Управління та адміністрування
рівень вищої освіти другий (магістерський)
Навчально-науковий інститут економіки, управління, права та інформаційних технологій

Полтава
2025-2026 н.р.

Робоча програма навчальної дисципліни «HR-маркетинг» для здобувачів вищої освіти за освітньо-професійною програмою «Маркетинг» спеціальності 075 Маркетинг

Мова викладання: державна

Розробник: Дядик Тетяна, доцент кафедри маркетингу, к.е.н., доцент
«01» вересня 2025 року _____ Тетяна ДЯДИК

Погоджено гарантом освітньої програми «Маркетинг»

«01» вересня 2025 року _____ Володимир ПИСАРЕНКО

Схвалено радою з якості вищої освіти спеціальності «Маркетинг»
протокол «01» вересня 2025 року № 1

Голова ради з якості вищої освіти спеціальності _____ Вікторія ДАНИЛЕНКО

©ПДАУ 2025 рік

1. Опис навчальної дисципліни

Елементи характеристики	Денна форма здобуття освіти
Загальна кількість годин	135
Кількість кредитів	4,5
Місце в індивідуальному навчальному плані здобувача вищої освіти (обов'язкова чи вибіркова)	обов'язкова
Рік навчання (курс)	075МАР_мд_2024
Семестр	2-ий
Лекції (годин)	22
Практичні (годин)	24
Самостійна робота (годин)	89
Вид семестрового контролю	екзамен

2. Мета вивчення навчальної дисципліни

Сформувати розуміння концепції HR-маркетингу, як системи знань з управління попитом та пропозицією на сучасному ринку праці.

3. Передумови для вивчення навчальної дисципліни

Перелік дисциплін, які передують її вивченню: «Маркетинговий аналіз», «Логістичний менеджмент», «Інтернет-маркетинг», «Управління маркетингом в аграрних підприємствах», «Брендинг».

4. Компетентності:

загальні:

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.

фахові:

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 функціонування.

ФК 10. Здатність виконувати функції HR-маркетолога, впроваджувати сучасні маркетингові персонал-технології на основі міжнародного досвіду HR-маркетингу.

5. Програмні результати навчання

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.

Співвідношення програмних результатів навчання із очікуваними результатами навчання

Програмний результат навчання ***(визначений ОП)***	**Очікувані результати навчання навчальної дисципліни**
ПРН 8. Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу.	Застосовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач
	Організовувати проведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу
ПРН 14. Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку.	Узагальнювати показники ринку кадрової інформації
	Моделювати маркетингові відносини на інформаційному ринку праці.
ПРН 17. Підвищувати ефективність HR-маркетингу підприємства, впроваджувати соціально-відповідальний маркетинг у стратегічні плани організації.	Формувати «колесо бренду» роботодавця
	Обчислювати показники ефективності HR-маркетингу підприємства
	Проєктувати заходи підвищення ефективності HR-маркетингу
	Сприяти економічному зростанню, продуктивній зайнятості та гідній праці, захищати трудові права та сприяти забезпеченню надійних та безпечних умов праці для всіх працівників
ПРН 19. Вміти організовувати службу маркетингу на підприємстві як підрозділу, що забезпечує координацію та оптимізацію діяльності всіх структур підприємства.	Організовувати службу маркетингу на підприємстві
	Запропоновувати та впроваджувати маркетингові персонал-технологій
	Розраховувати та аналізувати окупність витрат на HR-маркетинг та HR-брендинг
	Регулювати соціально-трудові відносини на індивідуальному, мезо- та макрорівнях, забезпечувати гендерну рівність у сфері праці, ліквідовувати усі форми дискримінації та насильства

6. Методи навчання і викладання

Методи навчання:

1. Методи організації та здійснення навчально-пізнавальної діяльності:

словесні методи: *лекція, розповідь-пояснення; бесіда;*

наочні методи: *ілюстрування; демонстрування, презентації;*

практичні методи: *вправи; практичні роботи; робота з навчально-методичною літературою: конспектування, тезування, анотування, підготовка реферату/доповіді;*

2. Методи стимулювання і мотивації навчально-пізнавальної діяльності

методи формування пізнавальних інтересів: *створення ситуації інтересу та новизни навчального матеріалу; метод використання життєвого досвіду; навчальні дискусії для вирішення проблемної ситуації.*

3. Інноваційні та інтерактивні методи навчання:

інтерактивні методи: *дискусії, диспути, проектування професійних ситуацій, кейс-метод, «Мозковий штурм», «Синанон-метод».*

комп'ютерні і мультимедійні методи: *використання мультимедійних презентацій; дистанційне навчання.*

4. Методи контролю і самоконтролю за ефективністю навчально-пізнавальної діяльності:

методи усного контролю: *опитування, бесіда, доповідь;*

методи письмового контролю: *письмове виконання практичних завдань, самостійна робота, творче завдання, розв'язування тестів.*

7. Програма навчальної дисципліни

Тема 1. Сутність, зміст HR-маркетингу та його необхідність в сучасних умовах.

Сучасний ринок праці в Україні та тенденції його розвитку. Роль маркетингу в системі управління ринком праці. Значення маркетингової діяльності на ринку праці. Сутність і поняття HR-маркетингу. Суб'єкти маркетингу на ринку праці. Маркетингові засоби. Принципи та концепції HR-маркетингу. Самомаркетинг. Его-маркетинг. Функції HR-маркетингу. Розвиток інноваційних маркетингових стратегій на фоні внутрішньої міграції спричиненої бойовими діями.

Тема 2. Основні характеристики і принципи вивчення ринку праці.

Ринок праці як регулятор попиту і пропозиції робочої сили. Класифікація ринків. Сегментація ринку. Кон'юнктура і ємкість ринку. Позиціонування товару «робоча сила» на ринку праці. Конкуренція на ринку. Ринок кадрової інформації. Інформаційна політика у сфері робочої сили. Характеристика інформаційного простору ринку праці України. Формування і розвиток маркетингових відносин на інформаційному ринку праці. Тренди світового ринку HR-технологій. Гідна праця та економічне зростання.

Тема 3. Товар «робоча сила» в системі маркетингу.

Особливості товару «робоча сила». Характеристика та позиціонування товару «робоча сила». Конверсійний, стимулюючий, перспективний, ремаркетинг, підтримуючий, демаркетинг, протидійний, диверсифікацій ний маркетинг. Конкурентоспроможність товару робоча сила. Критерії конкурентоспроможності працівника. Життєвий цикл товару «робоча сила». Моделі життєвого циклу товару «робоча сила».

Тема 4. Цінова та комунікативна політика HR-маркетингу.

Цінова політика HR-маркетингу. Комунікативна політика в HR-маркетингу. Способи працевлаштування. «Через контактні аудиторії»: протекція, рекомендація, працевлаштування «по-знайомству». Самостійне працевлаштування. Працевлаштування за формальними каналами, за розподілом, через стратегії зайнятості. Стимулювання зайнятості. Організація реклами суб'єктів HR-маркетингу. Управління соціальним інтелектом з позицій оптимізації ціноутворення на ринку праці.

Тема 5. Маркетингові дослідження ринку праці.

Основні напрямки і методи маркетингових досліджень. Маркетингові HR-дослідження. Напрямки зовнішніх та внутрішніх маркетингових HR-досліджень. Процедура маркетингових досліджень. Дослідний (аналітичний) і комерційний маркетинг персоналу. Організація збирання інформації для прийняття кадрових рішень. Методи обробки кадрової маркетингової інформації. Прогнозування кон'юнктури ринку праці.

Тема 6. Процес формування HR-бренда.

HR-брендинг, HR-бренд. Завдання HR-брендингу. Зовнішній та внутрішній HR-бренд компанії. Етапи створення внутрішнього та зовнішнього образу компанії. Механізм побудови стійкого HR-бренду компанії-роботодавця на ринку. Проблеми, що вирішує HR-брендинг. Успішні HR-бренди відомих в Україні компаній-роботодавців. Детермінація стійкого HR-бренду компанії-роботодавця на ринку.

Тема 7. Розвиток HR-маркетингу в підприємствах.

HR-маркетинг підприємства. Етапи HR-маркетингу на підприємстві. Зовнішні та внутрішні чинники, що визначають напрямки HR-маркетингу. Активні та пасивні шляхи забезпечення потреби в персоналу. Джерела інформації HR-маркетингу. Підходи до визначення поняття «персонал-технології». Інноваційні методи маркетингових персонал-технологій. Місце маркетингових персонал-технологій в системі управління організацією. Проєктування іміджу організації – основний метод HR-маркетингу. Спектр комп'ютерних програм, які допомагають автоматизувати та оптимізувати процеси залучення, утримання та розвитку талантів/

Тема 8. Маркетинг персоналу підприємства.

Важливість HR-маркетингу на підприємстві. Мотивація та стимули до праці. Маркетинговий підхід до формування системи мотивації персоналу. Маркетингові стратегії в сучасному бізнесі. Визначення потреби в персоналі. Пошук, набір і відбір персоналу. Оцінка

діяльності персоналу. Навчання і розвиток персоналу організації. Маркетингові орієнтири спрямованості формування потреби персоналу до саморозвитку у професійній та особистісній сферах. Вплив роботи HR-ів на рух персоналу.

Тема 9. Економічна ефективність HR-маркетингу.

Методологічні підходи до оцінки ефективності HR-маркетингу. Оцінка ефективності HR-маркетингу. Розрахунок планових витрат на персонал. Продуктивність праці. Поняття «витрати на персонал». Складові витрати на функціонування людського фактора в організації. Методи розрахунків зовнішніх і внутрішніх витрат на залучення і використання персоналу. Окупність витрат на HR-маркетинг та HR-брендинг.

Тема 10. Міжнародний досвід HR-маркетингу.

Міжнародний ринок праці і тенденції його розвитку. Рух робочої сили на міжнародному ринку праці. Сегментація міжнародного ринку праці. Міграційна мотивація. Соціально-економічні наслідки міжнародної міграції робочої сили, проблема торгівлі людьми. Конкурентоспроможність вітчизняної робочої сили на міжнародному ринку. Проблеми українського «заробітчанства». Мир, справедливість та сильні інститути у сфері праці.

Структура (тематичний план) навчальної дисципліни

Назви тем	Кількість годин			
	Денна форма здобуття освіти			
	усього	у т. ч.		
		л	п	с.р.
Тема 1. Сутність, зміст HR-маркетингу та його необхідність в сучасних умовах.	13	2	2	9
Тема 2. Основні характеристики і принципи вивчення ринку праці.	13	2	2	9
Тема 3. Товар «робоча сила» в системі маркетингу.	13	2	2	9
Тема 4. Цінова та комунікативна політика HR-маркетингу.	17	4	4	9
Тема 5. Маркетингові дослідження ринку праці.	15	2	4	9
Тема 6. Процес формування HR-бренда.	13	2	2	9
Тема 7. Розвиток HR-маркетингу в підприємствах.	13	2	2	9
Тема 8. Маркетинг персоналу підприємства.	13	2	2	9
Тема 9. Економічна ефективність HR-маркетингу.	13	2	2	9
Тема 10. Міжнародний досвід HR-маркетингу.	12	2	2	8
Усього годин	**135**	**22**	**24**	**89**

8. Теми практичних занять

Назва тем	Кількість годин
Тема 1. Сутність, зміст HR-маркетингу та його необхідність в сучасних умовах.	2
Тема 2. Основні характеристики і принципи вивчення ринку праці.	2
Тема 3. Товар «робоча сила» в системі маркетингу.	2
Тема 4. Цінова та комунікативна політика HR-маркетингу.	4
Тема 5. Маркетингові дослідження ринку праці.	4
Тема 6. Процес формування HR-бренда.	2
Тема 7. Розвиток HR-маркетингу в підприємствах.	2
Тема 8. Маркетинг персоналу підприємства.	2
Тема 9. Економічна ефективність HR-маркетингу.	2
Тема 10. Міжнародний досвід HR-маркетингу.	2
Усього годин	**24**

9.Теми самостійної роботи

Назва тем	Кількість годин
Тема 1. Сутність, зміст HR-маркетингу та його необхідність в сучасних умовах.	9
Тема 2. Основні характеристики і принципи вивчення ринку праці.	9
Тема 3. Товар «робоча сила» в системі маркетингу.	9
Тема 4. Цінова та комунікативна політика HR-маркетингу.	9
Тема 5. Маркетингові дослідження ринку праці.	9
Тема 6. Процес формування HR-бренда.	9
Тема 7. Розвиток HR-маркетингу в підприємствах.	9
Тема 8. Маркетинг персоналу підприємства.	9
Тема 9. Економічна ефективність HR-маркетингу.	9
Тема 10. Міжнародний досвід HR-маркетингу.	8
Усього годин	**89**

10. Індивідуальні завдання

Індивідуальна робота здобувача вищої освіти має сприяти закріпленню теоретичного матеріалу та практичних навичок. Індивідуальна робота здобувача вищої освіти не передбачена.

11. Оцінювання результатів навчання

Програмні результати навчання	Форми контролю програмних результатів навчання
ПРН 8. Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу.	- виконання практичних завдань; - реферат; - презентація; - розробка тестів; - екзамен.
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.	

Критерієм успішного навчання є досягнення здобувачем вищої освіти мінімальних порогових рівнів оцінок за кожним результатом навчання. Одним із обов'язкових елементів освітнього процесу є систематичний поточний контроль і підсумкова оцінка рівня досягнення результатів навчання.

Схема нарахування балів з навчальної дисципліни

Назва теми	Форми оцінювання **результатів навчання** здобувачів вищої освіти					Разом
	Практ. завдання	Тестування	Самостійна робота	Презентація	Екзамен	
Тема 1. Сутність, зміст HR-маркетингу та його необхідність в сучасних умовах.	3	2	2			7
Тема 2. Основні характеристики і принципи вивчення ринку праці.	3	2	2			7
Тема 3. Товар «робоча сила» в системі маркетингу.	3	2	2			7
Тема 4. Цінова та комунікативна політика HR-маркетингу.	3	2	2			7
Тема 5. Маркетингові дослідження ринку праці.	3	2	2			7
Тема 6. Процес формування HR-бренда.	3	2	2			7
Тема 7. Розвиток HR-маркетингу в підприємствах.	3	2	2			7
Тема 8. Маркетинг персоналу підприємства.	3	2	2			7
Тема 9. Економічна ефективність HR-маркетингу.	3	2	2			7
Тема 10. Міжнародний досвід HR-маркетингу.	3	2	2			7
За будь якою темою				10		10
Екзамен					20	**20**
Разом	**30**	**20**	**20**	**10**	**20**	**100**

[*] *додаткову кількість балів здобувач вищої освіти може отримати опублікувавши тези доповідей у межах тем дисципліни. Максимальна кількість балів за опубліковані тези – 10 балів – додаються в кінці семестру.*

Поточний контроль здійснюється на практичних заняттях впродовж семестру у формі розв'язування тестів, виконання практичних завдань, виконання реферату, презентації, виконання завдань самостійної роботи.

Форми, шкала та критерії оцінювання результатів навчання при проведенні поточного контролю успішності здобувачів вищої освіти:

Шкала та критерії оцінювання виконання практичного завдання

Кількість балів	Критерії оцінювання
2-3	відповіді правильні, обґрунтовані, осмислені та характеризують наявність спеціалізованих концептуальних знань на рівні новітніх досягнень, критичне осмислення проблем у навчанні. Відповідь характеризує уміння виявляти та розв'язувати проблему, інтегрувати знання; провадити інноваційну та наукову діяльність та повністю відображає визначений результат навчання за темою
1-2	відповідь правильна, але має певні неточності, недостатньо обґрунтована та осмислена, характеризує уміння застосовувати знання в практичній діяльності, але має певні неточності та неповноту засвоєння результату навчання
0	не розкрито зміст навчального матеріалу, що не дає можливості оцінити формування компетентностей і досягнення програмних результатів.

Шкала та критерії оцінювання розв'язування тестів

Кількість балів	Критерії оцінювання
0-2	По кожній темі 10 тестових завдань. Бали: від 0-2 (по 0,2 балів за кожну правильну відповідь)

Шкала та критерії оцінювання розробки тестів

Кількість балів	Критерії оцінювання
2	за розробку 10 тестів, що повністю відповідають заявленим викладачем вимогам та відображають результат навчання за темою
1	за розробку 10 тестів за темою, що містять помилки, неточності, некоректні питання чи не відповідають результату навчання
0	не виконане завдання, що не дає можливості оцінити формування компетентностей і досягнення програмних результатів.

Шкала та критерії оцінювання підготовки презентації

Кількість балів	Критерії оцінювання
10	зміст презентації відповідає темі та результату навчання; наявність творчого підходу складання презентації; якісно підготовлена практична розробка, дотримані всі вимоги щодо технічного й естетичного оформлення роботи і орфографічних вимог, наявності електронного (на носієві) матеріалу презентації.
5-9	наявність незначних недоліків у відповідності теми презентації заявленому результату навчання, виконанні презентації та її оформленні.
1-4	наявність суттєвих недоліків або ж повній невідповідності теми презентації результату навчання, вимогам щодо обсягу, оформлення та викладу змісту презентації.
0	не розкрито зміст навчального матеріалу, що не дає можливості оцінити формування компетентностей і досягнення програмних результатів.

Шкала та критерії оцінювання написання тез доповіді

Кількість балів	Критерії оцінювання
9-10	Тези підготовлені на актуальну тему з дисципліни та повністю демонструють засвоєні результати навчання, розроблені відповідно до вимог редакції, подані до друку та мають високий рівень оригінальності (більше 80%).
5-8	Тези підготовлені на актуальну тему з дисципліни, демонструють засвоєні

	результати навчання, розроблені відповідно до вимог редакції, проте потребують суттєвого доопрацювання
1-4	Тези виконані частково, не розкривають результати навчання за дисципліною, мають низький рівень оригінальності (менше 60%)
0	не розкрито зміст навчального матеріалу, що не дає можливості оцінити формування компетентностей і досягнення програмних результатів.

Шкала та критерії оцінювання екзамену

Вид завдання	Кількість балів	Критерії оцінювання
Теоретичне	0	Не розкрито зміст навчального матеріалу, що не дає можливості оцінити формування компетентностей і досягнення програмних результатів.
	1-5	Свідоме відтворення матеріалу з незначними помилками; дещо порушено логічність та послідовність викладу; недостатньо проявляється самостійність мислення. Відповідь стилістично правильна, містить незначні граматичні помилки.
	5-10	Відповіді правильні, обґрунтовані, осмислені та характеризують наявність спеціалізованих концептуальних знань на рівні новітніх досягнень, критичне осмислення проблем у навчанні. Здобувач показує відмінні знання з визначених результатів навчання по дисципліні
Професійно-орієнтоване (задача)	0	Не розкрито зміст навчального матеріалу, що не дає можливості оцінити формування компетентностей і досягнення програмних результатів.
	1-5 балів	Задача розв'язана не до кінця, відсутні методичні основи розв'язку, є помилки у розрахунку
	5-10 балів	Задача виконана правильно та за усіма показниками, послідовність розрахунку описана стилістично та граматично правильно з використанням професійних термінів, показує здатність студента використовувати професійні компетентності при розв'язанні практичних завдань та показує відмінні знання з визначених результатів навчання по дисципліні
Всього	20 балів	

12. Інструменти, обладнання та програмне забезпечення, використання яких передбачено під час реалізації навчальної дисципліни

Мультимедійний проектор, мережа Wi-Fi, платформа MS Windows 10 Pro, Windows 10 Edu, Office 365 (10000 ліцензій для студентів), Internet-браузери, Електронна бібліотека ПДАУ, Електронний репозитарій ПДАУ.

13. Політика навчальної дисципліни

1. Терміни виконання та перескладання регламентуються Положенням про оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти в Полтавському державному аграрному університеті https://surl.li/xjujyv та Положенням про організацію освітнього процесу в Полтавському державному аграрному університеті https://surl.li/fnemwn.

Здобувач вищої освіти, який з поважних причин, підтверджених документально, не підлягав поточному контролю і набрав кількість балів меншу, ніж межа незадовільного навчання (не більше 59-ти балів за 100-баловою шкалою), зобов'язаний у тижневий термін після отримання довідки, затвердженої закладом охорони здоров'я або іншого підтверджувального документа, подати їх до директорату. У такому разі розпорядженням директора навчально-наукового інституту визначається термін ліквідації поточної

академічної заборгованості і йому видаються аркуші поточної успішності здобувача вищої освіти.

Здобувач вищої освіти, який є недопущеним до семестрового контролю з навчальної дисципліни у разі набрання кількості балів менше ніж межа незадовільного навчання на дату семестрового контролю без поважної причини, має підсумкову академічну заборгованість. Ліквідація здобувачем підсумкової академічної заборгованості здійснюється згідно з графіком ліквідації підсумкової академічної заборгованості, що розробляється працівниками директорату та затверджується директором навчально-наукового інституту. Термін ліквідації підсумкової академічної заборгованості встановлює директорат, але зазвичай не довше, ніж два тижні після початку наступного навчального семестру.

Повторне проходження контрольного заходу для ліквідації підсумкової академічної заборгованості допускається не більше двох разів: один раз викладачеві, другий – комісії, яку формує директор навчально-наукового інституту за участю викладачів відповідної кафедри. Отримана оцінка у разі другого повторного проходження контрольного заходу є остаточною.

2. ***Академічна доброчесність.*** 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.

Документи, що стосуються академічної доброчесності, представлені на вкладці «Академічна доброчесність» Полтавського державного аграрного університету: https://surl.li/dxckbi. Здобувач вищої освіти повинен дотримуватись Кодексу академічної доброчесності https://surl.li/xwpemq та Кодексу про етику викладача та здобувача вищої освіти Полтавського державного аграрного університету http://surl.li/cbcoqm.

3. Відвідування занять. Здобувачі вищої освіти зобов'язані бути присутніми на заняттях і не пропускати їх без поважної причини. Не дозволяються пропуски занять та запізнення з неповажних причин. Здобувачі освіти повинні приймати активну участь під час проведення занять, виконувати необхідний мінімум навчальної роботи, що є допуском до підсумкового контролю. В умовах впровадження дистанційної форми навчання за наявності об'єктивних причин (наприклад, лікарняні, індивідуальний графік, знаходження на карантині тощо) та за узгодженням з викладачем, освоєння навчальної дисципліни здобувачами вищої освіти може здійснюватися самостійно, на засадах академічної доброчесності. При цьому щотижня здобувач вищої освіти має звітувати через електронну пошту, або через систему дистанційного навчання LMS Moodle про стан виконання завдань.

4. Неформальна/інформальна освіта

На здобувачів вищої освіти поширюється право про визнання результатів навчання, здобутих у неформальній/інформальній освіті перед / під час опанування даної освітньої компоненти. Здобуття відповідних результатів навчання можливе після успішного опанування курсів (з документальним підтвердженням) на різноманітних навчальних платформах, зокрема: Prometheus, Coursera, Edera тощо. Особливості неформального/інформального навчання регламентовані Положенням про порядок визнання результатів навчання, здобутих у неформальній та інформальній освіті здобувачами вищої освіти Полтавського державного аграрного університету: https://surl.li/szdvqi.

Назви тем	Навчальна платформа	Назва курсу	Посилання на курс
Тема 1. Сутність, зміст HR-маркетингу та його необхідність в сучасних умовах.	Prometheus	Як знайти роботу своєї мрії	https://prometheus.org.ua/course/course-v1:rabotaua+WORK101+2016_T1

Тема 3. Товар «робоча сила» в системі маркетингу.	Prometheus	Кар'єра HR: ролі, компетенції та виклики	https://prometheus.org.ua/prometheus-plus/hr-career/
Тема 3. Товар «робоча сила» в системі маркетингу.	Prometheus	Онбординг та адаптація	https://prometheus.org.ua/prometheus-plus/hr-onboarding/
Тема 5. Маркетингові дослідження ринку праці.	Prometheus	Соціальне підприємництво	https://prometheus.org.ua/course/course-v1:WNISEF+SE101+2017_T4
Тема 6. Процес формування HR-бренда.	Prometheus	Бренд роботодавця	https://prometheus.org.ua/prometheus-plus/hr-brand/
Тема 8. Маркетинг персоналу підприємства.	Prometheus	Навчання та розвиток персоналу	https://prometheus.org.ua/prometheus-plus/hr-personnel-training/
Тема 8. Маркетинг персоналу підприємства.	Prometheus	Оцінка персоналу	https://prometheus.org.ua/prometheus-plus/hr-staff-evaluation/
Тема 9. Економічна ефективність HR-маркетингу.	Prometheus	HR-метрики та HR-аналітика	https://prometheus.org.ua/prometheus-plus/hr-metrics-and-analytics/

5. Оскарження результатів оцінювання регламентується Положенням про оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти в Полтавському державному аграрному університеті https://surl.li/vhoeun. Підставами для оскарження результату оцінювання можуть бути: недотримання викладачем системи оцінювання, вказаної у робочій програмі навчальної дисципліни, необ'єктивне оцінювання та/або наявність конфлікту інтересів, якщо про його існування здобувачу вищої освіти не було і не могло бути відомо до проведення оцінювання. Результат оцінювання може бути оскаржений не пізніше наступного робочого дня після його оголошення. Для оскарження результату оцінювання здобувач вищої освіти звертається з письмовою заявою до директора навчально-наукового інституту. Заява щодо оскарження результатів оцінювання розглядає апеляційна комісія, сформована розпорядженням директора навчально-наукового інституту.

Апеляційна комісія протягом трьох робочих днів ухвалює рішення про наявність або відсутність підстав оскарження результату оцінювання. Присутність здобувача вищої освіти на засіданнях апеляційної комісії є обов'язковою. Висновки апеляційної комісії оформляються відповідним протоколом і доводяться до відома здобувача вищої освіти і викладача, який проводив контрольний захід.

14. Рекомендовані джерела інформації

Основні

1. Економіка праці і соціально-трудові відносини: підручник / О.І. Іляш, Н.О. Черненко, О.А. Шевчук, О.О. Трофименко, С.С. Гринкевич, Я.І. Глущенко; друге видання, за заг. ред. проф. О.І. Іляш, Н. О. Черненко; КПІ ім. Ігоря Сікорського. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, Вид-во «Політехніка», 2023. 371 с. URL: https://ela.kpi.ua/server/api/core/bitstreams/92f91326-ff3a-48e2-9645-ff9b573aa7ce/content.
2. Економіка праці та соціально-трудові відносини: підручник. URL: https://buklib.net/books/22041/
3. Економіка праці та соціально-трудові відносини : навч. посіб. / О. В. Безпалько та ін.; за заг. ред. О. В. Безпалько. К.: Кафедра, 2020. 310 с. URL: https://dspace.nuft.edu.ua/server/api/core/bitstreams/7f9fcb34-dd3a-4d33-98a1-d71add67ee8e/content

4. Ільїч 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_FITU.pdf

5. Корнійчук Б.В. Ринок праці: навчальний посібник. URL: https://stud.com.ua/146320/menedzhment/rinok_pratsi.

6. Ринок праці, міграція та соціально-економічний розвиток Європейського Союзу та України: навч.-метод. посіб. / Ю. О. Цевух. Одеса: Одес. нац. ун-т ім. І. І. Мечникова, 2021. 140 с. URL: https://onu.edu.ua/pub/bank/userfiles/files/fmvps/kaf_svit_gos_mij_eko_vidnosin/mijnarodni_proekti/Teaching__manuel_Labor__market__migration_and__socio-economic__development_of__EU_and_Ukraine.pdf.

7. Навчальний посібник: Конспект лекцій з навчальної дисципліни «Маркетинг персоналу та HR-брендинг / Т.В. Павленко; КПІ ім. Ігоря Сікорського. Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2022. 97 с. URL: https://ela.kpi.ua/server/api/core/bitstreams/7664a234-4e87-4753-bdf6-e377cb6d68bf/content.

Допоміжні

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. 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.

11. 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

12. 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. С. 62-77. URL: http://visen.knau.kharkov.ua/visn2020_2.html

13. 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.

14. 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.

15. 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 МЕВ. 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

16. 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

17. 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/1t5AjMhYEPKn4UKlEjAbet2wfey3h4-4U/view

18. 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

19. 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

20. 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/zbirnykmaterialivviivseukrayininternet-konfercompressed2.pdf

21. 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

22. 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

23. Лядський І.К., Дядик Т.В. Управління соціальним інтелектом з позицій оптимізації ціноутворення на ринку праці. *Економіка, підприємництво, менеджмент.* Том 10, № 2, 2023. С. 48-55. URL: https://eem.com.ua/web/uploads/pdf/Economics,%20Entrepreneurship,%20Management,%20Vol%2010,%20No%202-48-55,%202023.pdf

24. Дядик Т.В., Міщенко О.В., Бублій А.С. Сучасні тренди в системі міжнародного ринку праці. Інфраструктура ринку. 2024. № 78. С. 98-104. URL: http://www.market-infr.od.ua/uk/78-2024

25. Дядик Т.В., Даниленко В.І., Михайленко Г.Г. Розвиток інноваційних маркетингових стратегій на фоні внутрішньої міграції спричиненої бойовими діями. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління.* 2024. № 3 (44). URL: https://www.easterneurope-ebm.in.ua/journal/44_2024/14.pdf.

26. Дядик Т.В., Косенко В.М., Бублій А.С. Проєктування іміджу організації – основний метод HR-маркетингу. *XI International scientific and practical conference «Innovative Solutions to Modern Scientific Challenges»* (February 21-23, 2024) Zagreb, Croatia, International Scientific Unity. 2024. С. 121-125. URL: https://isu-conference.com/wp-content/uploads/2024/02/Innovative_solutions_to_modern_scientific_challenges_Feb_21_23_2024.pdf

27. Дядик Т.В. Тренди світового ринку HR-технологій *Маркетингове забезпечення продуктового ринку.* Збірник тез XVI Міжнародної науково-практичної конференції (м. Полтава, 14 травня 2024 року). Полтава: ПДАУ. 2024. С. 84-86. URL: https://www.pdau.edu.ua/sites/default/files/node/15218/konfereciya2024rcompressed.pdf

28. Дядик Т.В. Інновації в HR-стратегія українських брендів. *Маркетингове забезпечення продуктового ринку. Збірник тез XVII Міжнародної науково-практичної конференції* (м. Полтава, 14 травня 2025 року). Полтава: ПДАУ. 2025. С. 70-73. URL:

https://www.pdau.edu.ua/sites/default/files/node/18799/zbirnykmarketyngovezabezpechennyaproduktovogorynku2025compressed.pdf

29. Лядський І.К., Дядик Т.В., Писаренко В.В. Соціальна відповідальність бренду в контексті підсилення кадрової безпеки підприємства. *Актуальні проблеми сталого розвитку*. 2025. Том 2. № 5. С. 244-250. https://doi.org/10.60022/2(5)-28S.

Інформаційні ресурси мережі Інтернет

1. Офіційний сайт Державної служби статистики України. Демографічна та соціальна статистика. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/ .

2. Премія HR-бренд. Офіційний сайт. URL: https://hr-brand.com/

3. Центр соціально-економічних досліджень CASE Україна. Офіційний сайт. URL: https://case-ukraine.com.ua/

4. Інститут демографії та соціальних досліджень імені М.В. Птухи НАН України. Офіційний сайт. URL: https://idss.org.ua/index

5. Інститут соціології НАН України. Офіційний сайт. URL: https://isnasu.org.ua/index.php