



КАФЕДРА МАРКЕТИНГУ

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ  
**HR-МАРКЕТИНГ**

Освітньо-професійна програма Маркетинг  
спеціальність 075 Маркетинг  
галузь знань 07 Управління та адміністрування  
освітній ступінь Магістр

Розробник:  
**Дядик Тетяна** –  
доцент кафедри маркетингу,  
к.е.н., доцент



Гарант ОПІ:  
**Писаренко Володимир** –  
завідувач, професор кафедри маркетингу,  
д.е.н., професор



<b>Назва навчальної дисципліни</b>	<b>HR-маркетинг</b> обов'язкова дисципліна професійної підготовки
<b>Назва структурного підрозділу</b>	Кафедра маркетингу
<b>Контактні дані розробників, які залучені до викладання</b>	Викладач: <b>Дядик Тетяна</b> , к.е.н., доцент Контакти: ауд. 465, навчальний корпус №4 e-mail: <a href="mailto:tetiana.diadyk@pdaa.edu.ua">tetiana.diadyk@pdaa.edu.ua</a> , тел.: 0507465072, сторінка викладача: <a href="https://www.pdaa.edu.ua/people/dyadyk-tetyana-vasylivna">https://www.pdaa.edu.ua/people/dyadyk-tetyana-vasylivna</a>
<b>Рівень вищої освіти</b>	Другий (магістерський) рівень
<b>Спеціальність</b>	075 Маркетинг
<b>Попередні умови для вивчення навчальної дисципліни</b>	Базові знання з економіки За відповідним рівнем, дисципліни, що передують вивченню HR-маркетингу – «Інноваційний розвиток підприємства», «Брендинг», «Інтернет-маркетинг», «Стратегічний маркетинг», «Управління маркетингом в аграрних підприємствах»

### Опис дисципліни

Навчальна дисципліна «HR-маркетинг» дозволяє оволодіти теоретичними та практичними основами з HR-маркетингу на підприємстві, надає знань щодо підвищення ефективності HR-маркетингу підприємства, впровадження соціально-відповідального маркетингу у стратегічні плани організації..

### Заплановані результати навчання:

**Мета вивчення навчальної дисципліни** сформувані розуміння концепції HR-маркетингу, як системи знань з управління попитом та пропозицією на сучасному ринку праці.

**Основні завдання навчальної дисципліни:** з'ясувати сутність, зміст HR-маркетингу та його необхідність в сучасних умовах; основні характеристики і принципи вивчення ринку праці; особливості товару «робоча сила» в системі маркетингу; вивчити особливості цінової та комунікативної політики HR-маркетингу; основні способи маркетингових досліджень ринку праці; обґрунтувати процес формування HR-бренда; розвиток сучасних маркетингових персонал-технологій; систематизувати та поглибити знання з маркетингу персоналу підприємства; обґрунтувати показники економічної ефективності HR-маркетингу; вивчити міжнародний досвід HR-маркетингу.

<b>Компетентності:</b>		<b>Програмні результати навчання:</b>
<b>загальні:</b>	<b>фахові:</b>	
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 функціонування. ФК 10. Здатність виконувати функції HR-маркетолога, впроваджувати сучасні маркетингові персонал-технології на основі міжнародного досвіду HR-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.

## Програма навчальної дисципліни

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.

Тема 9. Економічна ефективність HR-маркетингу.

Тема 10. Міжнародний досвід HR-маркетингу.

## Трудомісткість

Загальна кількість годин – 135 год. Кількість кредитів – 4,5. Форма сем. контролю – екзамен.

## Структура курсу

Години (лек/практ/сам)	Тема	Результати навчання	Вид завдань	Оцінювання
2/2/9	Сутність, зміст HR-маркетингу та його необхідність в сучасних умовах.	ПРН 14. Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку.	<u>Практичне заняття:</u> виконання практ. завд. <u>Самостійна робота:</u> розробка тестів	2 3
2/2/9	Основні характеристики і принципи вивчення ринку праці.	ПРН 14. Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку.	<u>Практичне заняття:</u> виконання практ. завд. <u>Самостійна робота:</u> розробка тестів	2 3
2/2/9	Товар «робоча сила» в системі маркетингу.	ПРН 14. Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку.	<u>Практичне заняття:</u> виконання практ. завд. <u>Самостійна робота:</u> розробка тестів	2 3
4/4/9	Цінова та комунікативна політика HR-маркетингу.	ПРН 17. Підвищувати ефективність HR-маркетингу підприємства, впроваджувати соціально-відповідальний маркетинг у стратегічні плани організації.	<u>Практичне заняття:</u> виконання практ. завд. <u>Самостійна робота:</u> розробка тестів	2 3
2/4/9	Маркетингові дослідження ринку праці.	ПРН 14. Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку.	<u>Практичне заняття:</u> виконання практ. завд. <u>Самостійна робота:</u> розробка тестів	2 3
2/2/9	Процес формування HR-бренда.	ПРН 17. Підвищувати ефективність HR-маркетингу підприємства, впроваджувати соціально-відповідальний маркетинг у стратегічні плани організації.	<u>Практичне заняття:</u> виконання практ. завд. <u>Самостійна робота:</u> розробка тестів	2 3
2/2/9	Розвиток HR-маркетингу в підприємствах.	ПРН 19. Вміти організувати службу маркетингу на підприємстві як підрозділу, що забезпечує координацію та оптимізацію діяльності всіх структур підприємства.	<u>Практичне заняття:</u> виконання практ. завд. <u>Самостійна робота:</u> розробка тестів	2 3
2/2/9	Маркетинг персоналу підприємства.	ПРН 19. Вміти організувати службу маркетингу на підприємстві як підрозділу, що забезпечує координацію та оптимізацію діяльності всіх структур підприємства.	<u>Практичне заняття:</u> виконання практ. завд. <u>Самостійна робота:</u> розробка тестів	2 3
2/2/9	Економічна ефективність HR-маркетингу.	ПРН 17. Підвищувати ефективність HR-маркетингу підприємства, впроваджувати соціально-відповідальний маркетинг у стратегічні плани організації.	<u>Практичне заняття:</u> виконання практ. завд. <u>Самостійна робота:</u> розробка тестів	2 3
2/2/8	Міжнародний досвід HR-маркетингу.	ПРН 14. Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку.	<u>Практичне заняття:</u> виконання практ. завд. <u>Самостійна робота:</u> розробка тестів	2 3
за будь якою темою на вибір			Презентація	10
за будь якою темою на вибір			Тези на конференцію /стаття	20
<b>Екзамен</b>				20

## **Політика оцінювання**

### **1. Академічна доброчесність:**

Здобувач вищої освіти повинен дотримуватись Кодексу академічної доброчесності та Кодексу про етику викладача та здобувача вищої освіти Полтавського державного аграрного університету. 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); посилення 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.

### **2. Дедлайни та перекладання:**

Практичні завдання, завдання зі самостійної роботи, які здаються з порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку (-30%). Перекладання поточного та підсумкового контролю відбуваються за наявності поважних причин з дозволу директорату.

### **3. Система оцінювання:**

#### **Шкала оцінювання:**

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ЄКТС	Оцінка за національною шкалою (екзамен)
90 – 100	A	відмінно
82 – 89	B	добре
74 – 81	C	
64 – 73	D	
60 – 63	E	задовільно
35 – 59	FX	незадовільно
1 – 34	F	

#### **Література та джерела інформації**

1. Михайло Акулов, Анна Драбаніч, Тетяна Євась, Ольга Жукова, Олена Помірча, Ірина Цаль, Людмила Юрчишена. Економіка праці і соціально-трудові відносини. К.: ЦНЛ. 2019. 328 с.
2. Червінська Любов. Економіка праці і соціально-трудові відносини. К.: ЦНЛ. 2019. 288 с.
3. Чернявська О.В. Ринок праці: навчальний посібник. К.: ЦУЛ. 2019. 522 с.
4. Корнійчук Б.В. Ринок праці: навчальний посібник. URL: [https://stud.com.ua/146320/menedzhment/rinok\\_pratsi](https://stud.com.ua/146320/menedzhment/rinok_pratsi).
5. Дядик Т.В. Економіка праці та соціально-трудові відносини: навчальний посібник. Полтава: ФОП Говоров, 2008. 344 с.
6. Старостіна А.О. Маркетингові дослідження національних і міжнародних ринків: підручник. ТОВ «Лазарит-поліграф», 2012. 408 с.
7. Король І. В. Маркетингові комунікації: навчально-методичний посібник. Умань: Візаві, 2018. 191 с.
8. Управління персоналом: навч. посіб. А.О. Азарова, О.О. Мороз, О.Й. Лесько, І.В. Романець; ВНТУ. Вінниця: ВНТУ, 2014. 283 с. URL: <http://publish.vntu.edu.ua/txt/601-1.pdf>
9. Колпаков В.М. Маркетинг персоналу: навч. посіб. для студ. серед. і вищ. навч. закл. К.: МАУП, 2006. URL: [http://lkeip.at.ua/\\_ld/0/97\\_market\\_pers.pdf](http://lkeip.at.ua/_ld/0/97_market_pers.pdf)
10. Томилов В.В., Семеркова Л.Н. Маркетинг рабочей силы. URL: <https://www.marketing.spb.ru/read/m6/>
11. 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>

12. Дядик Т.В., Хурдей В.Д. Роль маркетингу у вирішенні проблем соціально-трудової сфери села. *Наукові праці Полтавської державної аграрної академії*. Вип. 1 (12). Полтава: ПДАА. 2016. С. 197-209. URL: <https://www.pdaa.edu.ua/sites/default/files/node/995/1-122016.pdf>

13. Дядик Т.В., Писаренко С.В. Стан зайнятості та безробіття в Україні. *Агросвіт*. №8, 2017. С. 35-42. URL: [http://www.agrosvit.info/pdf/8\\_2017/6.pdf](http://www.agrosvit.info/pdf/8_2017/6.pdf)

14. Дядик Т.В., Загребельна І.Л., Близнюк К.М. Формування і використання трудових ресурсів на міжнародному рівні та Україні. *Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу*. 2018. №1 (41). С. 9-15. URL: [http://old.bumib.edu.ua/sites/default/files/visnyk/3\\_19.pdf](http://old.bumib.edu.ua/sites/default/files/visnyk/3_19.pdf)

15. 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](http://www.market-infr.od.ua/journals/2019/33_2019_ukr/39.pdf)

16. Дядик Т.В., Загребельна І.Л. Міжнародний маркетинг робочої сили. *Науковий економічний журнал «Інтелект XXI»*. №1. 2020. С. 15-20. URL: [http://dspace.snu.edu.ua:8080/jspui/bitstream/123456789/3177/1/%D0%9C%D0%BE%D1%80%D0%B3%D0%B0%D1%87%D0%BE%D0%B2-%D0%86%D0%BD%D1%82%D0%B5%D0%BB%D0%B5%D0%BA%D1%82%20%D0%A5%D0%A5%D0%86%20%E2%84%96%201\\_2020.pdf](http://dspace.snu.edu.ua:8080/jspui/bitstream/123456789/3177/1/%D0%9C%D0%BE%D1%80%D0%B3%D0%B0%D1%87%D0%BE%D0%B2-%D0%86%D0%BD%D1%82%D0%B5%D0%BB%D0%B5%D0%BA%D1%82%20%D0%A5%D0%A5%D0%86%20%E2%84%96%201_2020.pdf)

17. 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>

18. 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](http://visen.knau.kharkov.ua/visn2020_2.html)

19. Ronald G. Modern Labor Economics: theory and Public Policy / G. Ronald, S. Robert, eleventh edition // Ehrenberg School of Industrial and Labor Relations Cornell University, Smith School of Industrial and Labor Relations Cornell University. USA, 2012. 640 p.

20. 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.

### **Інформаційні ресурси**

1. Державна служба статистики України. Демографічна та соціальна статистика. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.

2. Премія HR-бренд. URL: <http://hrbrand.com.ua/9-2019.php>.

3. Центр соціально-економічних досліджень. URL: [www.caseukraine.com.ua](http://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](http://i-soc.com.ua/institute/el_library.php).