

ЕКОНОМІКА ПРАЦІ І СОЦІАЛЬНО-ТРУДОВІ ВІДНОСИНИ

Заплановані результати навчання:

Мета вивчення навчальної дисципліни: надання здобувачам вищої освіти широких теоретичних, практичних знань і вмінь щодо економічних процесів у сфері праці, функціонування, розвитку та регулювання соціально-трудова відносин у суспільстві.

Основні завдання навчальної дисципліни: формування у здобувачів вищої освіти цілісної системи знань про соціально-економічні аспекти сучасних проблем економіки праці й соціально-трудова відносин; формування практичних навичок і вмінь щодо управління працею та регулювання відносин у соціально-трудова сфері, аналізу та обґрунтування рекомендацій з удосконалення процесів праці в підприємстві (персонал, продуктивність праці, оплата праці).

Компетентності:

загальні:

ЗК 1. Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні.

ЗК 2. Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя.

ЗК 14. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.

ЗК 15. Здатність до адаптації, креативності, генерування ідей та дій у новій ситуації, формувати та демонструвати лідерські якості та поведінкові навички.

спеціальні:

ФК 4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.

ФК 6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності.

ФК 14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.

Програмні результати навчання:

ПРН 15. Діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних принципів маркетингу, поваги до культурного різноманіття та цінностей громадянського суспільства з дотриманням прав і свобод особистості.

ПРН 16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.

ПРН 18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.

Програма навчальної дисципліни

Тема 1. Об'єкт, предмет і завдання дисципліни.

Тема 2. Трудові ресурси і трудовий потенціал суспільства.

Тема 3. Соціально-трудова відносини як система.

Тема 4. Соціальне партнерство.

Тема 5. Ринок праці та його регулювання.

Тема 6. Соціально-трудова відносини зайнятості.

Тема 7. Організація і нормування праці.

Тема 8. Продуктивність і ефективність праці.

Тема 9. Політика доходів і оплата праці.

Тема 10. Планування праці.

Тема 11. Аналіз, звітність, аудит у сфері праці.

Тема 12. Моніторинг соціально-трудова сфери як інструмент регулювання й удосконалення соціально-трудова відносин.

Тема 13. Міжнародна організація праці та її вплив на розвиток соціально-трудо­вих відносин.

Трудомісткість:

Загальна кількість годин 135 год.

Кількість кредитів 4,5.

Форма семестрового контролю екзамен.