



**Силабус навчальної дисципліни
«Філософія маркетингу в соціально-трудових відносинах»**

Спеціальність	<i>Всі</i>
Освітня програма	<i>Всі</i>
Освітній рівень	<i>Перший (бакалаврський) рівень вищої освіти</i>
Статус дисципліни	<i>Вибіркова</i>
Мова викладання	<i>Українська</i>
Курс / семестр	<i>3 курс, 6 семестр</i>
Кількість кредитів ЄКТС	<i>5 кредитів</i>
Розподіл за видами занять та годинами навчання	<i>Лекції – 30 год.</i>
	<i>Практичні заняття – 30 год.</i>
	<i>Самостійна робота – 90 год.</i>
Форма підсумкового контролю	<i>Залік</i>
Кафедра	<i>Кафедра маркетингу, ауд. 413, 1 корпус, +38 (057) 702-02-65 (366), сайт кафедри https://dom.hneu.edu.ua/</i>
Викладач (-і)	<i>Красноносова Олена Миколаївна, к.е.н., доцент</i>
Контактна інформація викладача (-ів)	<i>krasnonosova@gmail.com</i>
Дні занять	<i>Лекції: згідно діючого розкладу занять Практичні: згідно діючого розкладу занять</i>
Консультації	<i>На кафедрі маркетингу, очні, відповідно до графіку консультацій, індивідуальні</i>

Метою дисципліни є оволодіння теоретичними знаннями і практичними навичками з питань побудови кар'єри особистості та формування ефективного складу виконавців; формування у студентів індивідуальних навичок, які необхідні майбутньому організатору бізнесу; розвиток у майбутніх фахівців умінь організувати найману працю в залежності від запитів суспільства на підґрунті філософії маркетингу в обмеженнях діючої системи соціально-трудових відносин

Структурно-логічна схема вивчення навчальної дисципліни

Пререквізити	Постреквізити
-	-

Зміст навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1. Визначення умов формування кар'єри на ринку праці України

Тема 1. Система соціально-трудових відносин в Україні: відмінності та особливості

Тема 2. Еволюція маркетингу в Україні та світі

Тема 3. Основні характеристики ринку праці в Україні

Тема 4. Нормативні основи організації найманої праці

Тема 5. Державне регулювання найманої праці в Україні

Тема 6. Формування маркетингової стратегії просування кар'єри особистості

Змістовий модуль 2. Формування соціально-трудових відносин за філософією маркетингу

Тема 7. Маркетинговий підхід до особистості на ринку праці

Тема 8. Соціальна відповідальність роботодавця

Тема 9. Прогнозування ризиків використання найманої праці

Тема 10. Організація контролю використання найманої праці

Тема 11. Маркетинговий підхід до встановлення ціни найманої праці



Тема 12. Державна політика розвитку соціально-трудових відносин в Україні

Матеріально-технічне (програмне) забезпечення дисципліни
Мультимедійний проектор, ПНС ХНЕУ ім.С.Кузнеця, ZOOM

Система оцінювання результатів навчання

Система оцінювання сформованих компетентностей враховує види занять, які передбачають лекційні та практичні заняття, а також виконання самостійної роботи. Оцінювання сформованих компетентностей у студентів здійснюється за накопичувальною 100-бальною системою. Поточний контроль, що здійснюється протягом семестру під час проведення практичних занять та самостійної роботи оцінюється сумою набраних балів. Максимально можлива кількість балів за поточний та підсумковий контроль упродовж семестру – 100 та мінімально можлива кількість балів - 60.

Поточний контроль включає наступні контрольні заходи: завдання за темами.

Більш детальна інформація щодо оцінювання та накопичування балів з навчальної дисципліни наведена у робочому плані (технологічній карті) з навчальної дисципліни

Політики навчальної дисципліни

Викладання навчальної дисципліни ґрунтується на засадах академічної доброчесності. Порушеннями академічної доброчесності вважаються: академічний плагіат, фабрикація, фальсифікація, списування, обман, хабарництво, необ'єктивне оцінювання. За порушення академічної доброчесності здобувачі освіти притягуються до такої академічної відповідальності: повторне проходження оцінювання відповідного виду навчальної роботи

Більш детальну інформацію щодо компетентностей, результатів навчання, методів навчання, форм оцінювання, самостійної роботи наведено у Робочій програмі навчальної дисципліни