

**ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Факультет економіки і управління  
Кафедра маркетингу і торговельного підприємництва

ЗАТВЕРДЖУЮ

Декан факультету економіки і управління

Бондаренко М.І.  
Підпис



**СИЛАБУС**

Навчальна дисципліна **HR маркетинг**  
Освітньо-професійна програма **Маркетинг**

Рівень вищої освіти **Третій (доктор філософії)**

**Таблиця 1 – Загальна інформація**

Позиція	Зміст інформації
Викладач(і)	Тельнов Анатолій Сергійович
Профайл викладача	<a href="http://mr.khnu.km.ua/telnov-anatolij-sergijovych">http://mr.khnu.km.ua/telnov-anatolij-sergijovych</a>
Е-майл викладача(ів)	tas201@ukr.net
Контактний телефон	067-384-22-12
Сторінка дисципліни в ІСУ	<a href="https://msn.khnu.km.ua/course/view.php?id=7402">https://msn.khnu.km.ua/course/view.php?id=7402</a>
Навчальний рік	2020-2021
Консультації	Очні: вівторок, 3-я пара, 4-407 Онлайн: за необхідністю та попередньою домовленістю

*Загальна характеристика дисципліни*

Статус дисципліни	Форма навчання	Курс	Семестр	Загальний обсяг		Кількість годин						Форма семестрового контролю			
				Кредити ЄКТС	Години	Аудиторні заняття				Індивідуальна робота	Самостійна робота, в т.ч. ІР	Курсовий проект	Курсова робота	залік	іспит
						Разом	Лекції	Лабораторні роботи	Практичні заняття						
В	Д	1	2	4	120	54	36		18		66				

*Анотація навчальної дисципліни*

Дисципліна «HR маркетинг» є вибірковою дисципліною поглибленої професійної підготовки і займає одне з провідних місць у підготовці здобувачів третього (доктор філософії) рівня вищої освіти зі спеціальності 075 «Маркетинг». Дисципліна викладається для здобувачів денної та заочної форм навчання. При викладанні дисципліни використовуються проблемні і оглядові лекції, активні і творчі форми проведення практичних занять, зокрема захист практичних робіт у вигляді презентацій та розрахункових робіт, застосування дистанційної складової спілкування у режимі Zoom.

*Мета і завдання дисципліни*

**Мета дисципліни.** Формування особистості здобувача, здатного вирішувати типові та складні завдання з HR маркетингу, формування навичок та умінь, які допоможуть здійснювати управлінську, організаційну, методичну, діагностичну, інноваційну діяльність при управлінні персоналом з урахуванням вимог часу до професійного й особистісного розвитку людини, сучасної парадигми розвитку суспільства.

**Завдання дисципліни.** Формування вимог до професійного й особистісного розвитку людини і діяльності, спрямованої на їх практичну реалізацію. Формування практичних навичок використання методів HR маркетингу й умінь використовувати їх у практичній діяльності. Розвиток здібностей методологічного мислення у сфері управління HR маркетингу; стратегічного бачення маркетингу в системі професійної діяльності; умінь використовувати освітні технології, орієнтовані на маркетингову філософію професійного й особистісного становлення персоналу організації. Самостійний і цілеспрямований розвиток своїх професійних й особистісних якостей.

*Очікувані результати навчання*

Студент, який успішно завершив вивчення дисципліни, має: досконало **володіти** професійною термінологією з HR маркетингу; **застосовувати** концептуальні та методологічні знання з HR маркетингу, **володіти** дослідницькими навичками, достатніми для проведення наукових і прикладних досліджень на рівні останніх світових досягнень з HR маркетингу; **використовувати** у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми HR маркетингу; **розробляти** стратегію і тактику маркетингової діяльності у сфері управління персоналом; **формувати і**

*вдосконалювати* систему HR маркетингу ринкового суб'єкта; *інтерпретувати* сучасні теорії та концепції HR маркетингу з метою отримання нових теоретичних і прикладних результатів; *здійснювати* самостійні дослідження наукового і прикладного характеру в сфері HR маркетингу з метою встановлення траєкторії розвитку реальних ринкових процесів і поведінки ринкових суб'єктів.

Тематичний і календарний план вивчення дисципліни

Таблиця 3 – Тематичний і календарний план вивчення дисципліни

№ тижня	Тема лекції	Тема лабораторного / практичного заняття	Самостійна робота студента		
			зміст	год.	література
1	2	3	4	5	6
1	Теоретико-методологічні засади HR маркетингу		Опрацювання теоретичного матеріалу. Підготовка до практичного заняття. Вибір теми індивідуального навчально-дослідного завдання.	3	[1], с. 12-21; [2], [3], с. 8-12; [4], с. 25-37; [5], с. 15-27; [15].
2	Теоретико-методологічні засади HR маркетингу	Практичне заняття 1 (далі ПЗ). Теоретико-методологічні засади HR маркетингу	Опрацювання теоретичного матеріалу. Підготовка до практичного заняття.	3	[1], с. 12-21; [2], [3], с. 8-12; [4], с. 25-37; [5], с. 15-27; [15].
3	Управління HR маркетингом		Опрацювання теоретичного матеріалу. Підготовка до практичного заняття.	4	[1], с. 80-88; [2], [3], с. 113-118; [3], с. 99-108; [4], с. 123-145; [6], с. 101-125; [5], с. 48-67; [7], с. 80-95; [12], [14], [15].
4	Управління HR маркетингом	ПЗ 2. Управління HR маркетингом	Опрацювання теоретичного матеріалу. Підготовка до практичного заняття.	3	[1], с. 80-88; [2], [3], с. 113-118; [3], с. 99-108; [4], с. 123-145; [6], с. 101-125; [5], с. 48-67; [7], с. 80-95; [12], [14], [15].
5	HR маркетинг на ринку праці		Опрацювання теоретичного матеріалу. Підготовка до практичного заняття.	3	[1], с. 22-28; [2], [3], с. 13-18; [4], с. 178-193; [5], с. 115-127; [8], с. 335-347.
6	HR маркетинг на ринку праці	ПЗ 3. HR маркетинг на ринку праці	Опрацювання теоретичного матеріалу. Підготовка до проміжного контролю з тем 1-3	5	[1], с. 22-28; [2], [3], с. 13-18; [4], с. 178-193; [5], с. 115-127; [8], с. 335-347.
7	Визначення потреби в персоналі		Опрацювання теоретичного матеріалу. Підготовка до практичного заняття.	3	[1], с. 32-38; [2], [3], с. 23-28; [4], с. 244-258; [5], с. 150-177; [5], с. 20-30.
8	Визначення потреби в персоналі	ПЗ 4. Визначення потреби в персоналі	Опрацювання теоретичного матеріалу. Підготовка до практичного заняття.	4	[1], с. 32-38; [2], [3], с. 23-28; [4], с. 244-258; [5], с. 150-177; [5], с. 20-30.
9	Пошук, набір і відбір персоналу		Опрацювання теоретичного матеріалу. Підготовка до практичного заняття.	3	[1], с. 39-48; [2], [3], с. 33-38; [4], с. 290-328; [5], с. 205-227; [6], с. 31-35; [6], с. 34-40.
10	Пошук, набір і відбір персоналу	ПЗ 5. Пошук, набір і відбір персоналу	Опрацювання теоретичного матеріалу. Підготовка до практичного заняття.	4	[1], с. 39-48; [2], [3], с. 33-38; [4], с. 290-328; [5], с. 205-227; [6], с. 31-35; [6], с. 34-40.
11	Оцінка діяльності персоналу		Опрацювання теоретичного матеріалу. Підготовка до практичного заняття.	3	[1], с. 49-48; [2], [3], с. 43-48; [4], с. 369-378; [5], с. 255-270; [6], с. 41-55; [6], с. 44-50, [7], с. 40-45, [14].
12	Оцінка діяльності персоналу	ПЗ 6. Оцінка діяльності персоналу	Опрацювання теоретичного матеріалу. Підготовка до проміжного контролю з тем 4-6	5	[1], с. 49-48; [2], [3], с. 43-48; [4], с. 369-378; [5], с. 255-270; [6], с. 41-55; [6], с. 44-50, [7], с. 40-45, [14].
13	Навчання і розвиток персоналу організації		Опрацювання теоретичного матеріалу. Підготовка до практичного заняття.	3	[1], с. 50-68; [2], [3], с. 53-68; [4], с. 391-399; [5], с. 315-327; [6], с. 61-75; [6], с. 54-60, [7], с. 50-65, [15].
14	Навчання і розвиток персоналу	ПЗ 7. Навчання і розвиток персоналу організації	Опрацювання теоретичного матеріалу. Підготовка до практичного заняття.	4	[1], с. 50-68; [2], [3], с. 53-68; [4], с. 391-399; [5], с. 315-327; [6], с. 61-75; [6],

	організації				с. 54-60, [7], с. 50-65, [15].
15	Тенденції розвитку HR маркетингу в умовах постіндустріалізму		Опрацювання теоретичного матеріалу. Підготовка до практичного заняття.	3	[1], с. 70-78; [3], с. 73-78; [5], с. 377-400; [6], с. 81-85; [6], с. 74-70, [7], с. 70-75, [9], [10], [11], [16].
16	Тенденції розвитку HR маркетингу в умовах постіндустріалізму	ПЗ 8. Тенденції розвитку HR маркетингу в умовах постіндустріалізму	Підготовка до виступу на практичному занятті. Підготовка до практичного заняття. Захист індивідуального завдання.	5	[1], с. 70-78; [3], с. 73-78; [5], с. 377-400; [6], с. 81-85; [6], с. 74-70, [7], с. 70-75, [9], [10], [11], [16].
17	Стратегічні підходи до розвитку HR маркетингу		Опрацювання теоретичного матеріалу. Підготовка до проміжного контролю з тем 7-9	5	[1], с. 90-128; [2], [3], с. 133-148; [5], с. 435-467; [6], с. 141-155; [6], с. 154-170, [7], с. 180-195, [15], [16], [17].
18	Стратегічні підходи до розвитку HR маркетингу	ПЗ 9. Стратегічні підходи до розвитку HR маркетингу	Опрацювання теоретичного матеріалу. Підготовка до практичного заняття.	3	[1], с. 90-128; [2], [3], с. 133-148; [5], с. 435-467; [6], с. 141-155; [6], с. 154-170, [7], с. 180-195, [15], [16], [17].

**Примітка:**\* Лекції проводяться щотижня по дві години, практичні заняття проводяться раз в у два тижні по дві години (чисельник чи знаменник відповідно до розкладу занять).

#### Політика дисципліни.

Організація освітнього процесу в Університеті відповідає вимогам положень про організаційне і навчально-методичне забезпечення освітнього процесу <http://khnu.km.ua/root/files/01/06/03/0001.pdf>, освітній програмі та навчальному плану.

Здобувачі вищої освіти при вивченні дисципліни можуть користуватись власними пристроями (ноутбуками, планшетами, смартфонами). Власними пристроями можна користуватися як для роботи в системі Moodle, так і для доступу до зовнішніх інформаційних ресурсів, які необхідні для виконання практичних занять.

Під час практичних занять недопустимі порушення правил академічної доброчесності. У разі наявності плагіату (спроба представити до захисту презентацію іншого варіанту) здобувач вищої освіти отримує незадовільну оцінку і має повторно виконати презентацію згідно із його варіантом.

Термін захисту презентацій на практичному занятті вважається своєчасним, якщо здобувач захистив її на наступному після виконання роботи занятті. До практичних занять здобувач має підготуватися за відповідною темою і проявляти активність. Набуті особою знання з дисципліни або її окремих розділів у неформальній освіті зараховуються відповідно до Положення про порядок перезарахування результатів навчання у ХНУ (<http://khnu.km.ua/root/files/01/06/03/006.pdf>).

#### Критерії оцінювання результатів навчання.

Кожний вид роботи з дисципліни оцінюється за **чотирибальною** шкалою. Семестрова підсумкова оцінка визначається як середньозважена з усіх видів навчальної роботи, виконаних і зданих **позитивно** з урахуванням коефіцієнта вагомості. Вагові коефіцієнти змінюються залежно від структури дисципліни і важливості окремих видів її робіт.

Поточний контроль здійснюється під час лекційних та практичних занять, а також у дні проведення контрольних заходів, встановлених робочим планом дисципліни. Семестровий контроль проводиться у формі заліку.

При цьому при виведенні остаточної оцінки враховуються результати поточного контролю.

При цьому використовуються такі методи поточного контролю:

- усне опитування;
- тестовий контроль теоретичного матеріалу з теми;
- виконання індивідуальних завдань та їх презентація.

При виведенні підсумкової семестрової оцінки враховуються результати поточного контролю.

Структурування дисципліни за видами робіт і оцінювання результатів навчання аспірантів денної форми навчання у семестрі за ваговими коефіцієнтами (*другий семестр*)

Аудиторна робота									Контрольні заходи		Самостійна робота	Семестровий контроль (залік)
Усне опитування									Тестовий контроль		ІЗ (реферат)	За рейтингом
1	2	3	4	5	6	7	8	9	Т. 1-5	Т. 6-9	ЗІЗ	
ВК: 0,4									0,3		0,3	

Умовні позначення: Т – тема дисципліни; ВК – ваговий коефіцієнт, ЗІЗ – захист індивідуального завдання.

#### Оцінювання тестових завдань

Тематичний тест для кожного здобувача складається з двадцяти п'яти тестових завдань, кожне з яких оцінюється одним балом. Максимальна сума балів, яку може набрати здобувач, складає 25. Оцінювання здійснюється за чотирибальною шкалою. Відповідність набраних балів за тестове завдання оцінці, що виставляється здобувачу:

Сума балів за тестове завдання	1–13	14–16	17–22	23–25
Оцінка	2	3	4	5

На тестування відводиться 25 хвилин. Правильні відповіді здобувач записує у талоні відповідей. Здобувач може також пройти тестування і в он-лайн режимі у модульному середовищі для навчання MOODLE. При отриманні негативної оцінки тест слід перездати до терміну наступного контролю. Підсумкова семестрова оцінка за інституційною шкалою і шкалою ЄКТС встановлюється в автоматизованому режимі після внесення викладачем усіх оцінок до електронного журналу.

Співвідношення інституційної шкали оцінювання і шкали оцінювання ЄКТС наведені у таблиці.

#### Співвідношення інституційної шкали оцінювання і шкали оцінювання ЄКТС

Оцінка ЄКТС	Інституційна інтервальна шкала балів	Інституційна оцінка, критерії оцінювання		
A	4,75–5,00	5	Зараховано	<i>Відмінно</i> – глибоке і повне опанування навчального матеріалу і виявлення відповідних умінь та навичок
B	4,25–4,74	4		<i>Добре</i> – повне знання навчального матеріалу з кількома незначними помилками
C	3,75–4,24	4		<i>Добре</i> – в загальному правильна відповідь з двома-трьома суттєвими помилками
D	3,25–3,74	3		<i>Задовільно</i> – неповне опанування програмного матеріалу, але достатнє для практичної діяльності за професією
E	3,00–3,24	3		<i>Задовільно</i> – неповне опанування програмного матеріалу, що задовольняє мінімальні критерії оцінювання
FХ	2,00–2,99	2	Незараховано	<i>Незадовільно</i> – безсистемність одержаних знань і неможливість продовжити навчання без додаткових знань з дисципліни
F	0,00–1,99	2		<i>Незадовільно</i> – необхідна серйозна подальша робота і повторне вивчення дисципліни

#### Питання для самоконтролю результатів навчання

1. Концепція HR маркетингу.
2. Сутність поняття „ HR маркетинг”. Принципи та функції HR маркетингу.
3. Внутрішні фактори, що визначають зміст HR маркетингу.
4. Маркетингова діяльність в управлінні персоналом.
5. HR маркетинг як вид управлінської діяльності.
6. Концептуальна модель управління HR маркетингом.
7. Соціальне і трудове самовизначення.
8. Чинники, які впливають на формування придатності особистості до професії.
9. Професійне самовизначення особистості.
10. Основні завдання профорієнтації.
11. Професійне консультування.
12. Професійний добір.
13. Механізм управління профорієнтацією.
14. Особливості діяльності персоналу на ринку праці.
15. Моделі організації ринку праці та особливості ринку праці в Україні.
16. Визначення кількісної та якісної потреби в персоналі.
17. Профіль порівняння здібностей і вимог до посади.
18. Сутність, цілі планування потреби в персоналі організації.
19. Основні завдання планування потреби в персоналі.
20. Аналіз джерел залучення персоналу.
21. Внутрішньофірмове залучення персоналу.
22. Мотиви звернення роботодавців до тимчасової робочої сили.
23. Види планування й реалізації потреби в персоналі.
24. Технологія пошуку, набору і відбору персоналу.
25. Сучасні моделі набору персоналу.
26. Методи пошуку, набору і відбору персоналу.
27. Етапи формування лізингового штату кадровим агентством.
28. Переваги залучення персоналу на умовах лізингу.
29. Контролінг HR маркетингу.
30. Об'єктивні потреби в оцінюванні персоналу.
31. Особливості оцінки діяльності персоналу.

32. Загальна характеристика діяльності персоналу організацій.
33. Структура комплексної оцінки діяльності персоналу.
34. Послідовність процесу оцінювання персоналу. Оцінка діяльності щодо досягнення цілей.
35. Методи оцінки персоналу.
36. Mystery Shopper як різновид маркетингового оцінювання якості обслуговування.
37. Оцінка ділових якостей в процесі праці.
38. Оцінка діяльності підрозділів управління персоналом.
39. Навчання і розвиток персоналу як об'єкт управління.
40. Структурно-логічна схема управління розвитком персоналу організацій.
41. Взаємообумовленість соціальної і техніко-економічної підсистем організацій.
42. Вітчизняні програми професійного навчання персоналу.
43. Особливості розвитку професійних якостей персоналу організацій.
44. Організація функціонування систем навчання і розвитку персоналу організацій.
45. Характеристика національних систем професійного навчання персоналу.
46. Система професійно-технічної освіти в Україні та проблеми її реформування.
47. Сутність та етапи становлення соціального ринкового господарства.
48. Концепція соціально орієнтованої ринкової економіки.
49. Роль та значення інтелектуального капіталу в соціального ринковому господарстві.
50. Структура інтелектуального капіталу.
51. Інтелектуалізація праці у концепції постіндустріального суспільства.
52. Основи сучасної постіндустріальної концепції.
53. Становлення нового постіндустріального суспільства.
54. Розробка теорії нового суспільства.
55. Трансакційний підхід до інвестицій в людський капітал.
56. Показники рентабельності і якості праці.
57. Політика підприємств у сфері інвестицій в людський капітал.
58. Аудит персоналу.
59. Стратегії управління персоналом.
60. Стратегічне планування у сфері HR маркетингу.

#### *Рекомендована література.*

##### *Основна:*

1. Балабанова Л.В. Управління персоналом: підручник / Л.В. Балабанова, О.В. Сардак. – К.: Центр навчальної літератури, 2019. – 468 с.
2. Гавриш О.А. Технології управління персоналом: монографія / О.А.Гавриш, Л.Є.Довгань, І.М.Крейдич, Н.В.Семенченко. - Київ: НТУУ «КПІ імені Ігоря Сікорського» – Київ, 2017. – 528 с. / [Електронний ресурс] – Режим доступу: [http://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/teknologii\\_upravlinnia\\_personalom.pdf](http://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/teknologii_upravlinnia_personalom.pdf).
3. Криворучко О. М. Управління персоналом підприємства: навч. посіб. / О.М. Криворучко, Т.О. Водолажська. – Х. : ХНАДУ, 2016. – 200 с.
4. Колпаков В. М. Маркетинг персоналу : навч. посіб. для студ. серед. і вищ. навч. закл. / В.М. Колпаков. - К. : МАУП, 2010. - 408 с.
5. Лукьянихин В. Менеджмент персоналу. – Університетська книга. – 2015. – 592 с.
6. Никифорова В.Г. Управління персоналом: навч. посіб. - 2-ге видання, виправлене та доповнене / В.Г. Никифорова. – Одеса: Атлант, 2013. – 275 с.

##### *Додаткова:*

7. Виноградський Н. Організація праці менеджера : навч. посібник / Н. Виноградський, А. Виноградська, О. Шканова. – К.: Центр навчальної літератури, 2012. – 504 с.
8. Калина А.В. Економіка праці та соціально-трудові відносини: навч. посібник / А.В. Калина. – Київ, 2012. – 500 с.
9. Тельнов А.С. Роль інтелектуального капіталу в умовах соціально ринкового господарства / А.С. Тельнов, О.М. Козік // Економіка Криму. – 2009. - №28. – С. 14-18.
10. Тельнов А.С. Інтелектуалізація праці у концепції постіндустріального суспільства / А.С. Тельнов, В.В. Гончарук // Вісник Хмельницького національного університету. – 2009. – № 1. – С. 239-245.
11. Тельнов А.С. Трансакційний підхід до інвестицій в людський капітал / А.С. Тельнов // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2011. – Т. 2, № 5. – С. 235-241.
12. Тельнов А.С. Соціальні стандарти якості як інноваційні моделі управління персоналом / Тельнов А.С., Попель С.А. // Матеріали ІХ міжнародної науково-практичної конференції «Управління економічними системами: концепції, стратегії та інновації розвитку (22-24 травня 2014 р., м. Хмельницький). – Хмельницький: ФОП Мельник А.А., 2014. – С.120-124.
14. Тельнов А.С. Активізація персоналу підприємства на засадах таксономічної оцінки інноваційного потенціалу / Тельнов А.С., Решміділова С.Л., Попель С.А. // Australian Journal of Education and Science, 2015, No.2. (16) (July-December). Volume II. Sydney University Press; Sydney, 2015. – 222-229 p.
15. Тельнов А.С. Маркетинг персоналу як метод підвищення продуктивності праці / Тельнов А.С., Решміділова С.Л. // Conceptual aspects management of competitiveness the economic entities: collective monograph / edited by M. Bezpartochniy, I. Britchenko, in 2 Vol. / Higher School of Social and Economic. – Przeworsk: WSSG, 2019. – Vol. 2. –

Р. 153-163.

16. Viktoriya Hurochkina, Svitlana Reshmidilova, Liudmyla Bohatchyk, Anatoly Telnov, Larysa Skorobogata, Natalia Riabinina. Modeling Effectiveness of Financial Support for the Social Capital Development in Economic Emergence // WSEAS Transactions on Environment and Development, Volume 17, 2021, Art. #27, pp. 262-270.

17. Онлайн програма розвитку зі стратегічного HR-Management / [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://eba.com.ua/event/onlajn-programa-rozvytku-zi-strategichnogo-hr-management-2020-06-22-17-10/>

Розробник



д.е.н., професор Тельнов А.С.

Погоджено  
Гарант ОП

д.е.н, професор Ковальчук С.В.

Зав. каф. маркетингу  
і торговельного підприємництва



д.е.н., професор Ковальчук С.В.