

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Сенченко Павел Васильевич
Должность: Проректор по учебной работе
Дата подписания: 29.09.2023 11:16:26
Уникальный программный ключ:
27e516f4c088deb62ba68945f4406e13fd454355

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

**ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ СИСТЕМ
УПРАВЛЕНИЯ И РАДИОЭЛЕКТРОНИКИ»
(ТУСУР)**

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

КАРЬЕРНЫЙ МАРКЕТИНГ

Уровень образования: **высшее образование - магистратура**
Направление подготовки / специальность: **39.04.03 Организация работы с молодежью**
Направленность (профиль) / специализация: **Управление профессиональной карьерой молодежи в области креативных индустрий и цифровых технологий**
Форма обучения: **очная**
Факультет: **Гуманитарный факультет (ГФ)**
Кафедра: **Кафедра философии и социологии (ФС)**
Курс: **1**
Семестр: **2**
Учебный план набора 2023 года

Объем дисциплины и виды учебной деятельности

Виды учебной деятельности	2 семестр	Всего	Единицы
Лекционные занятия	18	18	часов
Практические занятия	18	18	часов
Самостоятельная работа	108	108	часов
Общая трудоемкость	144	144	часов
(включая промежуточную аттестацию)	4	4	з.е.

Формы промежуточной аттестация	Семестр
Зачет с оценкой	2

1. Общие положения

1.1. Цели дисциплины

1. Приобретение знаний и умений, а также овладение навыками организации и руководства командой, управления с учетом маркетингового подхода в подразделениях, группах сотрудников креативных компаний.

1.2. Задачи дисциплины

1. Овладение принципами организации и порядка функционирования бизнеса (вида деятельности), бизнес-моделей, процессов и процедур организации при выполнении проекта.

2. Формирование навыков управления бизнес-процессами и принятия решений в деятельности организаций креативных индустрий.

3. Овладение обучающимися практическими навыками анализа и оценки информации управления бизнес-процессами, выявления причинно-следственных связей.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Блок дисциплин: Б1. Дисциплины (модули).

Индекс дисциплины: Б1.В.ДВ.01.01.

Реализуется с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий.

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО и основной образовательной программой (таблица 3.1):

Таблица 3.1 – Компетенции и индикаторы их достижения

Компетенция	Индикаторы достижения компетенции
Универсальные компетенции	
УК-3. Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели	УК-3.1. Знает содержание организации и руководства деятельностью рабочего коллектива (группы), социально-психологические характеристики рабочего коллектива (группы), основы поддержания нравственных отношений в рабочем коллективе (группе)
	УК-3.2. Умеет организовывать работу коллектива (группы) для достижения поставленной цели
	УК-3.3. Владеет основными методами и приемами социального взаимодействия и работы в команде, а также методами организации работы коллектива (группы)
Общепрофессиональные компетенции	
-	-
Профессиональные компетенции	
ПК-2. Способен учитывать социальные, психологические и индивидуальные особенности детей, подростков и молодежи при проектировании и реализации услуг (работ) в сфере молодежной политики	ПК-2.1. - Знает содержание услуг (работ) в сфере молодежной политики на основе актуальных исследований особенностей социализации детей, подростков и молодежи
	ПК-2.2. Умеет учитывать особенности социального, возрастного и гендерного развития личности для индивидуализации процесса оказания социальных услуг молодежи
	ПК-2.3. Владеет современными педагогическими технологиями при реализации услуг (работ) в сфере молодежной политики

4. Названия разделов (тем) дисциплины

Названия разделов (тем) дисциплины
2 семестр
1 Сущность и содержание карьерного маркетинга
2 Методологические основы карьерного маркетинга
3 Маркетинговые исследования рынка труда
4 Управление маркетингом рабочей силы