



**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**  
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
**«ИРКУТСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**  
ФГБОУ ВО «ИГУ»

**Кафедра предпринимательства и управления в сфере услуг и рекламы**

УТВЕРЖДАЮ

Декан факультета бизнес-коммуникаций и  
информатики

В.К. Карнаухова

«15» марта 2023 г

**Рабочая программа дисциплины (модуля)**

Наименование дисциплины (модуля)

**Б1.В.29 Построение HR-бренда  
организации**

*(индекс дисциплины по учебному плану, наименование дисциплины  
модуля)*

Направление подготовки:

**38.03.03 Управление персоналом**

*(код, наименование направления подготовки)*

Направленность (профиль) подготовки:

**Управление персоналом**

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: очно-заочная

*(очная, заочная (с использованием электронного обучения и дистанционных образовательных технологий)\*, очно-заочная (с использованием электронного обучения и дистанционных образовательных технологий\*))*

Согласовано с УМК факультета бизнес-коммуникаций и информатики:

Рекомендовано кафедрой  
предпринимательства и управления в сфере  
услуг и рекламы:

Протокол № 7 от «15» марта 2023 г.

Протокол № 8 от «13» марта 2023 г.

Председатель

В.К. Карнаухова

зав. кафедры

Е.А. Волохова

## СОДЕРЖАНИЕ

	<i>стр.</i>
I. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) .....	3
II. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО .....	3
III. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ .....	4
IV. СОДЕРЖАНИЕ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ .....	4
4.1 Содержание дисциплины, структурированное по темам, с указанием видов учебных занятий и СРС, отведенного на них количества академических часов .....	4
4.2 План внеаудиторной самостоятельной работы обучающихся по дисциплине .....	5
4.3 Содержание учебного материала .....	7
4.3.1. Перечень семинарских, практических занятий и лабораторных работ .....	7
4.3.2. Перечень тем (вопросов), выносимых на самостоятельное изучение самостоятельной работы студентов .....	7
4.4. Методические указания по организации самостоятельной работы студентов .....	8
4.5. Примерная тематика курсовых работ (проектов) .....	12
V. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) .....	12
а) основная литература .....	12
б) дополнительная литература .....	12
в) периодическая литература .....	12
г) базы данных, информационно-справочные и поисковые системы .....	12
VI. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ .....	13
6.1. Учебно-лабораторное оборудование .....	13
6.2. Программное обеспечение .....	15
6.3. Технические и электронные средства .....	15
VII. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ .....	15
VIII. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ .....	16
8.1. Оценочные средства текущего контроля .....	16
8.2. Оценочные средства для промежуточной аттестации .....	19

## **I. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

**Цели:** Сформировать навыки анализа, исследования и управления HR бренда публичной организации.

**Задачи:**

- Изучение подходов компании к позиционированию HR бренда в социальных сетях;
- Изучение системы формирования HR бренда;
- Изучение целей внутреннего HR бренда, факторов влияния на внутренний HR бренда;
- Изучение инструментов построения внутреннего HR бренда и методов их использования.

## **II. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО**

2.1. Учебная дисциплина (модуль) «Построение HR-бренда организации» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений «Блок 1. Дисциплины (модули)».

Дисциплина "Построение HR-бренда организации" направлена на формирование у студентов практических навыков оценки внутреннего и внешнего бренда работодателя, разработку инструментов по созданию ценностных предложений и оптимизации системы внутренних коммуникаций в организации.

2.2. Для изучения данной учебной дисциплины (модуля) необходимы знания, умения и навыки, формируемые предшествующими дисциплинами:

- Конфликтология;
- Корпоративная культура;
- Подбор и адаптация персонала;
- Правовое регулирование трудовых отношений;
- Управление персоналом;
- Организационное поведение;
- Мультимедийные технологии;
- Основы цифровизации управленческой деятельности;
- Психотехнологии в управлении;
- Оплата труда;
- Маркетинг персонала;
- Маркетинг;
- Управление мотивацией и вовлеченностью персонала;
- Бизнес-планирование;
- Обучение и развитие персонала;
- Психология личности и профессиональное самоопределение;
- Деловой профессиональный иностранный язык;
- Оценка и аттестация персонала;
- Цифровое предприятие как объект управления.

2.3. Перечень последующих учебных дисциплин, для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые данной учебной дисциплиной:

- Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы;

- Преддипломная практика;
- Информационно-аналитические технологии в управлении персоналом;
- Основы кадрового аудита и контроллинга;
- Эффективное лидерство и управление командой;
- Управление социальным развитием организации.

### **III. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

Процесс освоения дисциплины направлен на формирование компетенций (элементов следующих компетенций) в соответствии с ФГОС ВО и ОП ВО по данному направлению подготовки:

#### **Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с индикаторами достижения компетенций**

<b>Компетенция</b>	<b>Индикаторы компетенций</b>	<b>Результаты обучения</b>
ПК-7 Владеет навыками анализа рынка труда, определения потребности в трудовых ресурсах и составления профиля должности	ПК-7.1	Знает основы сбора и анализа информации о рынке труда, источниках поиска, об организациях и кандидатах на замещение рабочих мест
	ПК-7.2	Умеет использовать информационно-коммуникационные технологии получения информации, необходимой для подбора персонала
	ПК-7.3	Владеет навыками определения целей и параметров анализа рынка труда в соответствии с картой поиска кандидатов

### **IV. СОДЕРЖАНИЕ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ**

Трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 часов, в том числе 8 часов на контроль.

Из них реализуется с использованием электронного обучения и дистанционных образовательных технологий 48 часов контактной работы и 52 часа самостоятельной работы.

Форма промежуточной аттестации: зачет.

**4.1 Содержание дисциплины, структурированное по темам, с указанием видов учебных занятий и СРС, отведенного на них количества академических часов**

п/п	Раздел дисциплины/темы	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся и трудоемкость (в часах)				Самостоятельная работа	Формы текущего контроля успеваемости; Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Контактная работа преподавателя с обучающимися			Консультации		
			Лекции (из них электронные часы)	Семинарские (практические) занятия (из них электронные часы)				
1	Понятие HR бренда	8	2 (2)	6 (6)	0	6		
2	Инструменты оценки HR-бренда	8	4 (4)	6 (6)	0	8		
3	Исследование HR бренда	8	2 (2)	4 (4)	0	8		
4	Ценностное предложение работодателя	8	4 (4)	4 (4)	0	10		
5	Оценка эффективности HR-бренда	8	4 (4)	4 (4)	0	10		
6	Показатели эффективности HR-бренда.	8	4 (4)	4 (4)	0	10		
<b>Итого за 8 семестр</b>			<b>20 (20)</b>	<b>28 (28)</b>	<b>0</b>	<b>52</b>	<b>Зач (8)</b>	
<b>Итого часов</b>			<b>20 (20)</b>	<b>28 (28)</b>	<b>0</b>	<b>52</b>		

**4.2 План внеаудиторной самостоятельной работы обучающихся по дисциплине**

Се- мест р	Название раздела, темы	Самостоятельная работа обучающихся			Оце- ночно е сред- ство	Учебно- методи- ческое обеспе- чение само- стоя- тельной работы
		Вид самостоятельной работы	Сроки выпол- нения	Зат- раты вре- мени , час. (из них с примене- нием ДОТ )		
8	Понятие HR бренда	Для закрепления и систематизации знаний: ответы на контрольные вопросы  Для формирования умений: решение задач	2 недел я	6 (6)	Тест, Д	<a href="https://bki.forlabs.ru/">https://bki.forlabs.ru /</a>
8	Инструменты оценки HR- бренда	Для закрепления и систематизации знаний: ответы на контрольные вопросы  Для формирования умений: решение задач	4 недел я	8 (8)	Тест, Пз	<a href="https://bki.forlabs.ru/">https://bki.forlabs.ru /</a>
8	Исследование HR бренда	Для закрепления и систематизации знаний: ответы на контрольные вопросы  Для формирования умений: решение задач	6 недел я	8 (8)	Тест, Д	<a href="https://bki.forlabs.ru/">https://bki.forlabs.ru /</a>
8	Ценностное предложение работодателя	Для закрепления и систематизации знаний: ответы на контрольные вопросы  Для формирования умений: решение задач	8 недел я	10 (10)	Тест, Д	<a href="https://bki.forlabs.ru/">https://bki.forlabs.ru /</a>
8	Оценка эффективност и HR-бренда	Для закрепления и систематизации знаний: ответы на контрольные вопросы  Для формирования умений: подготовка проекта или творческой работы	14 недел я	10 (10)	Тест, Пз	<a href="https://bki.forlabs.ru/">https://bki.forlabs.ru /</a>
8	Показатели эффективност и HR-бренда.	Для закрепления и систематизации знаний: ответы на контрольные вопросы  Для формирования умений: подготовка проекта или творческой работы	18	10 (10)	Тест, Д	<a href="https://bki.forlabs.ru/">https://bki.forlabs.ru /</a>
<b>Общая трудоемкость самостоятельной работы по дисциплине (час)</b>				<b>52</b>		
<b>Из них объем самостоятельной работы с использованием электронного обучения и дистанционных образовательных технологий (час)</b>				<b>52</b>		

<b>Бюджет времени самостоятельной работы, предусмотренный учебным планом для данной дисциплины (час)</b>	<b>52</b>		
--	-----------	--	--

#### 4.3 Содержание учебного материала

Трудоемкость дисциплины (з.е.)	3
Наименование основных разделов (модулей)	Понятие HR бренда Инструменты оценки HR-бренда Исследование HR бренда Ценностное предложение работодателя Оценка эффективности HR-бренда Показатели эффективности HR-бренда.
Формы текущего контроля	Тест, практическое задание, доклад/презентация
Форма промежуточной аттестации	Зачет

##### 4.3.1. Перечень семинарских, практических занятий и лабораторных работ

№ п/п	№ раздела и темы дисциплины (модуля)	Наименование семинаров, практических и лабораторных работ	Трудоемкость, час. (из них электронные часы)	Оценочные средства	Формируемые компетенции
1	1	Понятие HR-бренда	6 (6)	Тест, Пз	ПК-7.1, ПК-7.2, ПК-7.3
2	2	Инструменты создания бренда	6 (6)	Тест, Пз	ПК-7.1, ПК-7.2, ПК-7.3
3	3	Исследование HR-бренда	4 (4)	Тест, Пз	ПК-7.1, ПК-7.2, ПК-7.3
4	4	Ценностные предложения работодателя	4 (4)	Тест, Пз	ПК-7.1, ПК-7.2, ПК-7.3
5	5	Оценка эффективности HR-бренда	4 (4)	Тест, Пз	ПК-7.1, ПК-7.2, ПК-7.3
6	6	Показатели эффективности HR-бренда	4 (4)	Тест, Пз	ПК-7.1, ПК-7.2, ПК-7.3

##### 4.3.2. Перечень тем (вопросов), выносимых на самостоятельное изучение самостоятельной работы студентов

№ п/п	Тема	Задание	Формируемая компетенция	ИДК
1	Понятие HR бренда	Понятие HR-бренда	ПК-7	ПК-7.1 ПК-7.2 ПК-7.3

№ п/п	Тема	Задание	Формируемая компетенция	ИДК
2	Инструменты оценки HR-бренда	Инструменты создания HR-бренда	ПК-7	ПК-7.1 ПК-7.2 ПК-7.3
3	Исследование HR бренда	Исследование HR-бренда	ПК-7	ПК-7.1 ПК-7.2 ПК-7.3
4	Ценностное предложение работодателя	Ценностные предложения работодателя	ПК-7	ПК-7.1 ПК-7.2 ПК-7.3
5	Оценка эффективности HR-бренда	Оценка эффективности HR-бренда	ПК-7	ПК-7.1 ПК-7.2 ПК-7.3
6	Показатели эффективности HR-бренда.	Показатели эффективности HR-бренда	ПК-7	ПК-7.1 ПК-7.2 ПК-7.3

#### **4.4. Методические указания по организации самостоятельной работы студентов**

Самостоятельная работа студентов всех форм и видов обучения является одним из обязательных видов образовательной деятельности, обеспечивающей реализацию требований Федеральных государственных стандартов высшего профессионального образования. Согласно требованиям нормативных документов самостоятельная работа студентов является обязательным компонентом образовательного процесса, так как она обеспечивает закрепление получаемых на лекционных занятиях знаний путем приобретения навыков осмысления и расширения их содержания, навыков решения актуальных проблем формирования общекультурных и профессиональных компетенций, научно-исследовательской деятельности, подготовки к семинарам, лабораторным работам, сдаче зачетов и экзаменов. Самостоятельная работа студентов представляет собой совокупность аудиторных и внеаудиторных занятий и работ. Самостоятельная работа в рамках образовательного процесса в вузе решает следующие задачи:

- закрепление и расширение знаний, умений, полученных студентами во время аудиторных и внеаудиторных занятий, превращение их в стереотипы умственной и физической деятельности;
- приобретение дополнительных знаний и навыков по дисциплинам учебного плана;
- формирование и развитие знаний и навыков, связанных с научно-исследовательской деятельностью;
- развитие ориентации и установки на качественное освоение образовательной программы;
- развитие навыков самоорганизации;
- формирование самостоятельности мышления, способности к саморазвитию, самосовершенствованию и самореализации;
- выработка навыков эффективной самостоятельной профессиональной теоретической, практической и учебно-исследовательской деятельности.



**Подготовка к лекции.** Качество освоения содержания конкретной дисциплины прямо зависит от того, насколько студент сам, без внешнего принуждения формирует у себя установку на получение на лекциях новых знаний, дополняющих уже имеющиеся по данной дисциплине. Время на подготовку студентов к двухчасовой лекции по нормативам составляет не менее 0,2 часа.

**Подготовка к практическому занятию.** Подготовка к практическому занятию включает следующие элементы самостоятельной деятельности: четкое представление цели и задач его проведения; выделение навыков умственной, аналитической, научной деятельности, которые станут результатом предстоящей работы. Выработка навыков осуществляется с помощью получения новой информации об изучаемых процессах и с помощью знания о том, в какой степени в данное время студент владеет методами исследовательской деятельности, которыми он станет пользоваться на практическом занятии. Подготовка к практическому занятию нередко требует подбора материала, данных и специальных источников, с которыми предстоит учебная работа. Студенты должны дома подготовить к занятию 3–4 примера формулировки темы исследования, представленного в монографиях, научных статьях, отчетах. Затем они самостоятельно осуществляют поиск соответствующих источников, определяют актуальность конкретного исследования процессов и явлений, выделяют основные способы доказательства авторами научных работ ценности того, чем они занимаются. В ходе самого практического занятия студенты сначала представляют найденные ими варианты формулировки актуальности исследования, обсуждают их и обосновывают свое мнение о наилучшем варианте. Время на подготовку к практическому занятию по нормативам составляет не менее 0,2 часа.

**Подготовка к контрольной работе.** Контрольная работа назначается после изучения определенного раздела (разделов) дисциплины и представляет собой совокупность развернутых письменных ответов студентов на вопросы, которые они заранее получают от преподавателя. Самостоятельная подготовка к контрольной работе включает в себя: — изучение конспектов лекций, раскрывающих материал, знание которого проверяется контрольной работой; повторение учебного материала, полученного при подготовке к семинарским, практическим занятиям и во время их проведения; изучение дополнительной литературы, в которой конкретизируется содержание проверяемых знаний; составление в мысленной форме ответов на поставленные в контрольной работе вопросы; формирование психологической установки на успешное выполнение всех заданий. Время на подготовку к контрольной работе по нормативам составляет 2 часа.

**Подготовка к экзамену.** Самостоятельная подготовка к экзамену схожа с подготовкой к зачету, особенно если он дифференцированный. Но объем учебного материала, который нужно восстановить в памяти к экзамену, вновь осмыслить и понять, значительно больше, поэтому требуется больше времени и умственных усилий. Важно сформировать целостное представление о содержании ответа на каждый вопрос, что предполагает знание разных научных трактовок сущности того или иного явления, процесса, умение раскрывать факторы, определяющие их противоречивость, знание имен ученых, изучавших обсуждаемую проблему. Необходимо также привести информацию о материалах эмпирических исследований, что указывает на всестороннюю подготовку студента к экзамену. Время на подготовку к экзамену по нормативам составляет 36 часов для бакалавров.

#### **Формы внеаудиторной самостоятельной работы**

**Составление глоссария** Цель самостоятельной работы: повысить уровень информационный культуры; приобрести новые знания; отработать необходимые навыки в

предметной области учебного курса. Глоссарий — словарь специализированных терминов и их определений. Статья глоссария — определение термина. Содержание задания: сбор и систематизация понятий или терминов, объединенных общей специфической тематикой, по одному либо нескольким источникам. Выполнение задания: 1) внимательно прочитать работу; 2) определить наиболее часто встречающиеся термины; 3) составить список терминов, объединенных общей тематикой; 4) расположить термины в алфавитном порядке; 5) составить статьи глоссария: — дать точную формулировку термина в именительном падеже; — объемно раскрыть смысл данного термина. Планируемые результаты самостоятельной работы: способность студентов решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности.

**Разработка проекта** (индивидуального, группового) Цель самостоятельной работы: развитие способности прогнозировать, проектировать, моделировать. Проект — «ограниченное во времени целенаправленное изменение отдельной системы с установленными требованиями к качеству результатов, возможными рамками расхода средств и ресурсов и специфической организацией». Выполнение задания: 1) диагностика ситуации (проблематизация, целеполагание, конкретизация цели, форматирование проекта); 2) проектирование (уточнение цели, функций, задач и плана работы; теоретическое моделирование методов и средств решения задач; детальная проработка этапов решения конкретных задач; пошаговое выполнение запланированных проектных действий; систематизация и обобщение полученных результатов, конструирование предполагаемого результата, пошаговое выполнение проектных действий); 3) рефлексия (выяснение соответствия полученного результата замыслу; определение качества полученного продукта; перспективы его развития и использования). Предполагаемые результаты самостоятельной работы: готовность студентов использовать знание современных проблем науки и образования при решении образовательных и профессиональных задач; готовность использовать индивидуальные креативные способности для оригинального решения исследовательских задач; — способность прогнозировать, проектировать, моделировать.

**Информационный поиск** Цель самостоятельной работы: развитие способности к проектированию и преобразованию учебных действий на основе различных видов информационного поиска. Информационный поиск — поиск неструктурированной документальной информации. Список современных задач информационного поиска: решение вопросов моделирования; классификация документов; фильтрация, классификация документов; проектирование архитектур поисковых систем и пользовательских интерфейсов; извлечение информации (аннотирование и реферирование документов); выбор информационно-поискового языка запроса в поисковых системах. Содержание задания по видам поиска: поиск библиографический — поиск необходимых сведений об источнике и установление его наличия в системе других источников. Ведется путем разыскания библиографической информации и библиографических пособий (информационных изданий); поиск самих информационных источников (документов и изданий), в которых есть или может содержаться нужная информация; — поиск фактических сведений, содержащихся в литературе, книге (например, об исторических фактах и событиях, о биографических данных из жизни и деятельности писателя, ученого и т. п.). Выполнение задания:

- 1) определение области знаний;
- 2) выбор типа и источников данных;
- 3) сбор материалов, необходимых для наполнения информационной модели;

- 4) отбор наиболее полезной информации;
- 5) выбор метода обработки информации (классификация, кластеризация, регрессионный анализ и т.д.);
- 6) выбор алгоритма поиска закономерностей;
- 7) поиск закономерностей, формальных правил и структурных связей в собранной информации;
- 8) творческая интерпретация полученных результатов.

Планируемые результаты самостоятельной работы: — способность студентов решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности; готовность использовать знание современных проблем науки и образования при решении образовательных и профессиональных задач.

**Разработка мультимедийной презентации** Цели самостоятельной работы (варианты): — освоение (закрепление, обобщение, систематизация) учебного материала; — обеспечение контроля качества знаний; — формирование специальных компетенций, обеспечивающих возможность работы с информационными технологиями; — становление общекультурных компетенций. Мультимедийная презентация — представление содержания учебного материала, учебной задачи с использованием мультимедийных технологий.

Выполнение задания:

1. Этап проектирования: — определение целей использования презентации; — сбор необходимого материала (тексты, рисунки, схемы и др.); — формирование структуры и логики подачи материала; — создание папки, в которую помещен собранный материал.

2. Этап конструирования: — выбор программы MS PowerPoint в меню компьютера; — определение дизайна слайдов; — наполнение слайдов собранной текстовой и наглядной информацией; — включение эффектов анимации и музыкального сопровождения (при необходимости); — установка режима показа слайдов (титульный слайд, включающий наименование кафедры, где выполнена работа, название презентации, город и год; содержательный — список слайдов презентации, сгруппированных по темам сообщения; заключительный слайд содержит выводы, пожелания, список литературы и пр.).

3. Этап моделирования — проверка и коррекция подготовленного материала, определение продолжительности его демонстрации.

Планируемые результаты самостоятельной работы: — повышение информационной культуры студентов и обеспечение их готовности к интеграции в современное информационное пространство; — способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности; — способность к критическому восприятию, обобщению, анализу профессиональной информации, постановке цели и выбору путей ее достижения; — способность применять современные методики и технологии организации и реализации образовательного процесса на различных образовательных ступенях в различных образовательных учреждениях; — готовность использовать индивидуальные креативные способности для оригинального решения исследовательских задач.

В ФБГОУ ВО «ИГУ» организация самостоятельной работы студентов регламентируется Положением о самостоятельной работе студентов, принятым Ученым советом ИГУ 22 июня 2012 г.

#### **4.5. Примерная тематика курсовых работ (проектов)**

По данной дисциплине выполнение курсовых проектов (работ) не предусматривается.

### **V. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

#### **а) основная литература**

1. Патласов, Олег Юрьевич. Маркетинг персонала [Текст] : учеб. для студ вузов, обуч. по направл. подготовки "Управление персоналом" (квалификация (степень) бакалавр) / О. Ю. Патласов. - М. : Дашков и К', 2016. - 383 с. : табл. ; 22 см. - (Учебные издания для бакалавров). - Библиогр.: с. 381-383. - ISBN 978-5-394-02354-5 : 330.00 р.

2. Осовицкая, Нина. HR #digital #бренд #аналитика #маркетинг [Текст] : науч. изд. / Н. Осовицкая. - СПб. : Питер, 2019. - 400 с. ; 22 см. - (Деловой бестселлер) (Библиотека компании HeadHunter : hh). - ISBN 978-5-4461-1188-6 : 450.00 р.

3. Сфера услуг: экономика, менеджмент, маркетинг [Текст] : практикум : учеб. пособие для студ. вузов / под ред. Т. Д. Бурменко. - М. : КноРус, 2015. - 421 с. ; 21 см. - Авт. указаны на 5-й с. - Библиогр. в конце разд. - ISBN 978-5-406-03952-6 : 590.00 р.

#### **б) дополнительная литература**

1. Рожков, Игорь Яковлевич. Брендинг [Текст] : учеб. для бакалавров, студ. вузов, обуч. по напр. подгот. (спец.) "Реклама и связи с общественностью" / И. Я. Рожков, В. Г. Кисмерешкин. - М. : Юрайт, 2014. - 331 с. : ил. ; 22 см. - (Бакалавр. Углубленный курс). - Библиогр.: с. 326-331. - ISBN 978-5-9916-3284-3 : 320.98 р.

2. Домнин, Владимир Николаевич. Брендинг [Текст] : учеб. и практикум для бакалавриата и магистратуры / В. Н. Домнин. - М. : Юрайт, 2019. - 411 с. : ил., табл. ; 24 см. - (Бакалавр и магистр. Академический курс). - Библиогр. в конце глав. - Библиогр.: с. 376-381. - ISBN 978-5-534-02980-2 : 1035.72 р.

3. Тульчинский, Григорий Львович. Бренд-менеджмент. Брендинг и работа с персоналом [Текст] : учеб. пособие для бакалавриата и магистратуры / Г. Л. Тульчинский, В. И. Терентьева. - 2-е изд., испр. и доп. - М. : Юрайт, 2018. - 254 с. ; 24 см. - (Авторский учебник). - Библиогр.: с. 253-254. - ISBN 978-5-534-05503-0 : 664.56 р.

4. Музыкант, Валерий Леонидович. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 1. Стратегии, эффективный брендинг [Электронный ресурс] : Учебник и практикум / В. Л. Музыкант. - Электрон. текстовые дан. - М. : Издательство Юрайт, 2017. - 342 с. - (Бакалавр. Академический курс). - ЭБС "Юрайт". - Неогранич. доступ. - ISBN 978-5-534-01771-7 : 3000.00 р. - ISBN 978-5-534-01772-4 : 3000.00 р.

#### **в) периодическая литература**

1. Директор по персоналу [Электронный ресурс] : журнал

#### **г) базы данных, информационно-справочные и поисковые системы**

Нет.

В соответствии с п. 4.3.4. ФГОС ВО, обучающимся в течение всего периода обучения обеспечен неограниченный доступ (удаленный доступ) к электронно-библиотечным системам:

— Открытая электронная база ресурсов и исследований «Университетская информационная система РОССИЯ» [Электронный ресурс] : сайт. – Режим доступа: <http://uisrussia.msu.ru> бессрочный

— Государственная информационная система «Национальная электронная библиотека» [Электронный ресурс] : сайт. – Режим доступа: <http://нэб.рф>. бессрочный

— Научная электронная библиотека «ELIBRARY.RU» [Электронный ресурс] : сайт. - Контракт № 148 от 23.12.2020 г. Акт от 24.12.2020 г. Срок действия по 31.12.2022 г. – Режим доступа: <http://elibrary.ru/>

— ЭБС «Издательство Лань». Контракт № 04-Е-0346 от 12.11.2021 г. № 976 от 14.11.2021 г. Срок действия по 13.11.2022 г. – Режим доступа: <https://www.e.lanbook.com>

— ЭБС ЭЧЗ «Библиотех». Государственный контракт № 019 от 22.02.2011 г. ООО «Библиотех». Лицензионное соглашение к Государственному контракту № 019 от 22.02.2011. Срок действия: бессрочный. – Режим доступа: <https://isu.bibliotech.ru/>

— ЭБС «Рукопт» ЦКБ «Бибком». № 04-Е-0343 от 12.11.2021 г. Акт № бК-5195 от 14.11.2021 г. Срок действия по 13.11.2022г. – Режим доступа: <http://rucont.ru>

— ЭБС «Айбукс.ру/ibooks.ru» ООО «Айбукс». Контракт № 04-Е-0344 от 12.11.2021 г.; Акт от 14.11.2021 г. Срок действия по 13.11.2022 г. – Режим доступа: <http://ibooks.ru>

— Электронно-библиотечная система «ЭБС Юрайт». ООО «Электронное издательство Юрайт». Контракт № 04-Е-0258 от 20.09.2021г. Контракт № 04-Е-0258 от 20.09.2021 г. Срок действия по 17.10. 2022 г. – Режим доступа: <https://urait.ru>

— УБД ИВИС. Контракт № 04-Е-0347 от 12.11.2021 г. Акт от 15.11.2021 г. Срок действия с 01.01.2022 по 31.12.2022 г. – Режим доступа: <http://dlib.eastview.com>

— Электронная библиотека ИД Гребенников. Контракт № 04-Е-0348 от 12.11.2021г.; Акт № 348 от 15.11.2021 г. Срок действия с 01.01.2022 по 31.12.2022 – Режим доступа: <http://grebennikon.ru>

## **VI. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **6.1. Учебно-лабораторное оборудование**

Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа
---	---	--

<p>Специальные помещения: Учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа, текущего контроля, промежуточной аттестации.</p>	<p>Аудитория оборудована специализированной учебной мебелью, техническими средствами обучения, служащими для представления информации большой аудитории:</p> <p>Ноутбук(AserAspirev3-5516 (AMDA10-4600M 2300 МГц)) (1 штука) с неограниченным доступом к сети Интернет; Проектор Vivitek, экран ScreenVtdiaEcot- 3200*200MW 1:1, колонки, наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающие тематические иллюстрации, соответствующие рабочей программе дисциплины «Архитектурный подход к развитию предприятий и информационных систем».</p> <p>Учебная лаборатория: компьютеры для проведения практических работ (Системный блок AMDAthlon-64 X3 445 3100 МГц), Монитор LG F1742S (2 штуки), Монитор ViewSonic VA703b(24 штуки) с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации; проектор Sony XGA VPLSX535, экран ScreenVtdiaEcot- 3200*200MW 1:1</p>	<p>ОС Windows: DreamSpark Premium, Договор № 03-016-14 от 30.10.2014</p> <p>Microsoft Office: 0365ProPiusOpenStudents ShrdSvr ALNG subs VL NL I MthAcadmsStdnt w/Faculty (15000 лицензий)</p> <p>Kaspersky Endpoint Security длябизнеса- стандартный Russian Edition. 15002499 Node 1 year Educational License № 1B08-170221-054045-730-177</p> <p>BusinessStudio Лицензия № 7464 (бессрочно)</p>
--	---	---

Специальные помещения: компьютерный класс (учебная аудитория) для групповых и индивидуальных консультаций, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), организации самостоятельной работы, в том числе, научно-исследовательской	Аудитория оборудована специализированной учебной мебелью, техническими средствами обучения: компьютеры (системный блок AMD Athlon 64 X2 DualCore 3600+ 1900 МГц (15 штук), Монитор LGFlatron L1742SE (14 штук), Монитор ViewSonic VG720) с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.	ОС Windows: DreamSpark Premium, Договор № 03-016-14 от 30.10.2014  Microsoft Office: 0365ProPiusOpenStudents ShrdSvr ALNG subs VL NL I MthAcadmsStdnt w/Faculty (15000 лицензий)  Kaspersky Endpoint Security для бизнеса- стандартный Russian Edition. 15002499 Node 1 year Educational License № 1B08-170221-054045-730-177
--	---	---

### 6.2. Программное обеспечение

№	Наименование Программного продукта	Кол-во	Обоснование для пользования ПО	Дата выдачи лицензии	Срок действия права пользования
1	0365ProPiusOpenStudents ShrdSvr ALNG subs VL NL I Mth Acadms Stdnt w/Faculty (15000 лицензий)	Условия правообладателя	Условия правообладателя	Условия правообладателя	Условия правообладателя

### 6.3. Технические и электронные средства

Методической системой преподавания предусмотрено использование технических и электронных средств обучения и контроля знаний студентов: мультимедийные презентации, фрагменты фильмов.

## VII. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

При реализации программы данной дисциплины используются различные образовательные технологии, в том числе электронное обучение и дистанционные образовательные технологии.

Проблемное обучение	Создание в учебной деятельности проблемных ситуаций и организация активной самостоятельной деятельности учащихся по их разрешению, в результате чего происходит творческое овладение знаниями, умениями, навыками, развиваются мыслительные способности
---------------------	---

Разноуровневое обучение	У преподавателя появляется возможность помогать слабому, уделять внимание сильному, реализуется желание сильных учащихся быстрее и глубже продвигаться в образовании. Сильные учащиеся утверждают в своих способностях, слабые получают возможность испытывать учебный успех, повышается уровень мотивации учения.
Проектные методы обучения	Работа по данной методике дает возможность развивать индивидуальные творческие способности учащихся, более осознанно подходить к профессиональному и социальному самоопределению
Исследовательские методы в обучении	Дает возможность учащимся самостоятельно пополнять свои знания, глубоко вникать в изучаемую проблему и предполагать пути ее решения, что важно при формировании мировоззрения. Это важно для определения индивидуальной траектории развития каждого обучающегося
Лекционно-семинарскозачетная система	Данная система дает возможность сконцентрировать материал в блоки и преподносить его как единое целое, а контроль проводить по предварительной подготовке обучающихся
Информационно-коммуникационные технологии	Изменение и неограниченное обогащение содержания образования, использование интегрированных курсов, доступ в ИНТЕРНЕТ.

**Наименование тем занятий с использованием активных форм обучения:**

№	Тема занятия	Вид занятия	Форма / Методы интерактивного обучения	Кол-во часов (из них электронные часы)
1				
2				
3				
4				
5				
6				

**VIII. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ**

**8.1. Оценочные средства текущего контроля**

№ п/п	Вид контроля	Контролируемые темы (разделы)	Компетенции, компоненты которых контролируются
-------	--------------	-------------------------------	--



1	Тест	Понятие HR бренда. Инструменты оценки HR-бренда. Исследование HR бренда. Ценностное предложение работодателя. Оценка эффективности HR-бренда. Показатели эффективности HR-бренда..	ПК-7.1, ПК-7.2
2	Практическое задание	Понятие HR бренда. Инструменты оценки HR-бренда. Исследование HR бренда. Ценностное предложение работодателя. Оценка эффективности HR-бренда. Показатели эффективности HR-бренда..	ПК-7.1, ПК-7.2, ПК-7.3
3	Доклад/презентация	Понятие HR бренда. Исследование HR бренда. Ценностное предложение работодателя. Показатели эффективности HR-бренда..	ПК-7.1, ПК-7.2, ПК-7.3

### **Примеры оценочных средств для текущего контроля**

#### **Демонстрационный вариант теста**

*1. Задание с единичным выбором. Выберите один правильный ответ.*

Что такое HR-бренд?

- a. Это вид рекламы в интернете
- b. Это название отдела кадров в компании
- c. Это узнаваемость компании как работодателя на рынке труда

*2. Задание с единичным выбором. Выберите один правильный ответ.*

Зачем нужен HR-бренд?

- a. Для снижения расходов на кадровую политику
- b. Для привлечения и удержания талантливых сотрудников
- c. Для увеличения продаж компании

*3. Задание с единичным выбором. Выберите один правильный ответ.*

Что входит в понятие HR-бренд?

- a. Руководство компании
- b. Расписание работы сотрудников
- c. Атрибуты, идентифицирующие компанию

*4. Задание с единичным выбором. Выберите один правильный ответ.*

Какие инструменты используются для оценки HR-бренда?

- a. Опросы соискателей
- b. Опросы клиентов
- c. Опросы сотрудников
- d. Все вышеперечисленные

5. *Задание с единственным выбором. Выберите один правильный ответ.*

Что такое NPS в контексте оценки HR-бренда?

- a. Методика опроса соискателей о впечатлении о компании
- b. Методика опроса клиентов по уровню лояльности
- c. Методика мониторинга репутации компании в социальных сетях
- d. Методика опроса сотрудников о удовлетворенности работой в компании

6. *Задание с единственным выбором. Выберите один правильный ответ.*

Что такое Employee Value Proposition (EVP) в контексте HR-бренда?

a. Сообщение о ценности и привлекательности работы в компании, которое передается потенциальным и текущим сотрудникам

- b. Оценка эффективности внедрения кадровых стратегий в компании
- c. Система оценки уровня удовлетворенности среди сотрудников компании

7. *Задание с единственным выбором. Выберите один правильный ответ.*

Что такое исследование HR-бренда?

- a. Анализ репутации компании на рынке труда
- b. Исследование уровня удовлетворенности сотрудников работой в компании
- c. Оценка эффективности работы отдела кадров

8. *Задание с единственным выбором. Выберите один правильный ответ.*

Зачем проводят исследование HR-бренда?

- a. Для улучшения коммуникации между руководством компании и сотрудниками
- b. Зачем проводят исследование HR-бренда?
- c. Для выявления нарушений в работе отдела кадров

9. *Задание с единственным выбором. Выберите один правильный ответ.*

Какие инструменты используются для проведения исследования HR-бренда?

- a. Опросы сотрудников
- b. Мониторинг репутации компании в социальных сетях
- c. Опросы соискателей
- d. Все вышеперечисленные

10. *Задание с единственным выбором. Выберите один правильный ответ.*

Что такое Employee Value Proposition (EVP) в контексте исследования HR-бренда?

a. Сообщение о ценности и привлекательности работы в компании, которое передается потенциальным и текущим сотрудникам

- b. Определение стоимости сотрудника для компании
- c. Оценка уровня удовлетворенности сотрудников работой в компании

11. *Задание с единственным выбором. Выберите один правильный ответ.*

Что такое NPS в контексте исследования HR-бренда?

- a. Методика мониторинга репутации компании в социальных сетях
- b. Методика опроса сотрудников о удовлетворенности работой в компании
- c. Методика опроса сотрудников о удовлетворенности работой в компании
- d. Методика опроса клиентов по уровню лояльности

12. Задание с единственным выбором. Выберите один правильный ответ.

Какой показатель эффективности HR-бренда отражает уровень удовлетворенности сотрудников компании?

- a. Уровень удовлетворенности сотрудников
- b. Конверсия кандидатов
- c. Уровень текучести кадров

13. Задание с единственным выбором. Выберите один правильный ответ.

Какие метрики можно использовать для измерения ROI HR-бренда?

- a. уровень удовлетворенности сотрудников и работодателя
- b. продолжительность времени трудоустройства
- c. метрики общественного мнения
- d. стоимость привлечения новых сотрудников
- e. уровень удовлетворенности сотрудников и работодателя
- f. все выше перечисленное

14. Задание с единственным выбором. Выберите один правильный ответ.

Какой показатель эффективности HR-бренда отражает уровень осведомленности целевой аудитории о компании?

- a. Уровень узнаваемости бренда
- b. Количество подписчиков в социальных сетях
- c. Количество просмотров вакансий

15. Задание с единственным выбором. Выберите один правильный ответ.

Какой показатель эффективности HR-бренда отражает количество кандидатов, привлеченных на вакансию?

- a. Конверсия кандидатов
- b. Количество просмотров вакансии
- c. Количество откликов на вакансию

## 8.2. Оценочные средства для промежуточной аттестации

### Вопросы к зачету:

1. Что такое бренд?
2. Что такое HR- бренд?
3. Основные свойства HR-бренда?
4. Какие каналы коммуникации используются для продвижения HR-бренда?
5. Как определить целевую аудиторию для HR-бренда?
6. Какие инструменты используются для построения HR-бренда?
7. Что такое исследование HR-бренда и зачем его проводят?
8. Какие методы используются для проведения исследования HR-бренда?
9. Какие метрики используются для оценки эффективности HR-бренда?

10. Зачем компаниям нужно разрабатывать ценностные предложения работодателя?
11. Какие компоненты входят в ценностное предложение работодателя?
12. Что такое ценностные предложения работодателя (EVP)?
13. Как оценить эффективность HR-бренда?
14. Как связан HR-бренд с репутацией компании?
15. Зачем необходимо оценивать эффективность HR-бренда?
16. Какие инструменты можно использовать для измерения эффективности HR-бренда компании?
17. Какие факторы могут негативно влиять на HR-бренд компании и как их можно устранить?
18. Как связать HR-бренд с основными целями бизнеса компании?

**Разработчики:**

 _____	<b>доцент</b> _____	<b>Е.А. Волохова</b> _____
(ишь)	(занимаемая должность)	(инициалы, фамилия)

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО и учетом рекомендаций ПООП по направлению подготовки 38.03.03 «Управление персоналом».

Программа рассмотрена на заседании кафедры предпринимательства и управления в сфере услуг и рекламы

Протокол № 8 от «13» марта 2023 г.

зав. кафедры	 _____	Е.А. Волохова
--------------	--	---------------

*Настоящая программа, не может быть воспроизведена ни в какой форме без предварительного письменного разрешения кафедры-разработчика программы.*