

**Министерство образования и науки Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»
Саратовский социально-экономический институт (филиал)**

ОДОБРЕНО

решением Учебно-методического
совета протокол № 3 от 29 ноября
2017 года, председатель Учебно-
методического совета Саратовского
социально-экономического института
(филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова



Мизякина О.Б.

УТВЕРЖДЕНО

протоколом заседания
Ученого совета протокол
№ 9 от 30 ноября
2017 года

Кафедра управления персоналом и психологии

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

ФТД.В.02 HR брендинг

**Направление подготовки
38.04.03 Управление персоналом**

**Направленность (профиль) программы
«Инновационные технологии в управлении персоналом»**

**Уровень высшего образования - *Магистратура*
Программа подготовки - *Академическая магистратура***

(для набора 2016 года приема)

Саратов – 2017 г.

Рецензенты:

1. Плешкова Кристина Олеговна, директор по персоналу ООО Компания «Кронверк»

2. Барановская Лидия Леонидовна, заместитель директора по управлению персоналом ОАО «Саратовский институт стекла»

3. Миронов М.Г. – к.э.н., доцент кафедры маркетинга, экономики предприятий и организаций Саратовского социально-экономического института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова

Аннотация рабочей программы учебной дисциплины (факультативная дисциплина).

При реализации образовательной программы высшего образования – программы магистратуры по направлению подготовки 38.04.03 Управление персоналом обучающимся обеспечивается возможность освоения факультативной дисциплины «HR брендинг».

Цель изучения факультативной дисциплины «HR брендинг» заключается в формировании у обучающихся представления о положительной деловой репутации и имидже организации с целью постоянного привлечения высококвалифицированных специалистов на основе использования современных персонал-технологий в условиях цифровизации кадровых процессов.

Задачами факультативной дисциплины «HR брендинг» являются приобретение целостного представления о возможностях и перспективных направлениях HR-брендинга организации; овладение методологией, технологиями HR брендинга с целью привлечения высококвалифицированных специалистов в государственные, муниципальные, коммерческие организации и учреждения; владение навыками работы в среде внешнего и внутреннего HR-бренда организации с использованием информационно-поисковых программных средств и корпоративных информационных систем.

Рабочая программа учебной дисциплины составлена на основании Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.04.03 Управление персоналом, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.04.2015 г. № 367.

Составитель:

Паймук А.Д. к.э.н., доцент кафедры управления персоналом и психологии

Рабочая программа учебной дисциплины рассмотрена на заседании кафедры управления персоналом и психологии, протокол № 4 от 28 ноября 2017 г.

И.о. зав. кафедрой управления персоналом и психологии

(подпись)

Л.А. Ольхова

Рабочая программа согласована

Начальник отдела магистратуры и аспирантуры _____ Н.В. Предеус

(подпись)

Рабочая программа согласована с представителями работодателей, бизнес-сообществ или государственных органов управления:

Согласовано

Генеральный директор


ОАО «Саратовский электроприборостроительный завод имени Серго Орджоникидзе»

Д.Б. Ханенко



Дополнения и изменения, внесенные в рабочую программу учебной дисциплины «HR брендинг», рассмотрены на заседании кафедры управления персоналом и психологии, протокол № 1 от 10 января 2018 г.

И.о. заведующего кафедрой


(подпись)

Л.А. Ольхова
(Ф.И.О.)

Дополнения и изменения, внесенные в рабочую программу учебной дисциплины «HR брендинг», одобрены решением Учебно-методического совета института, протокол № 4 от 11 января 2018 г.

Председатель


(подпись)

О.Б. Мизякина
(Ф.И.О.)

Рабочая программа учебной дисциплины «HR брендинг» в составе основной профессиональной образовательной программы высшего образования по направлению подготовки 38.04.03 Управление персоналом, утвержденная решением Ученого совета Института 30 ноября 2017 года (протокол № 9) АКТУАЛИЗИРОВАНА с изменениями и дополнениями решением Ученого совета института от 12 января 2018 года (протокол № 1- ОГ).

Дополнения и изменения, внесенные в рабочую программу HR брендинг», рассмотрены на заседании кафедры управления персоналом и психологии, протокол № ____ от « ____ » _____ 201 _ г.

Заведующий кафедрой

(подпись) (Ф.И.О.)

Одобрено решением Учебно-методического совета института

_____,
протокол № ____ от « ____ » _____ 201 _ г.

Председатель

(подпись) (Ф.И.О.)

Дополнения и изменения, внесенные в рабочую программу HR брендинг», рассмотрены на заседании кафедры управления персоналом и психологии, протокол № ____ от « ____ » _____ 201 _ г.

Заведующий кафедрой

(подпись) (Ф.И.О.)

Одобрено решением Учебно-методического совета института

_____, протокол № ____ от « ____ » _____ 201 _ г.

Председатель

(подпись) (Ф.И.О.)

Содержание

I. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ	5
1.1. Цель дисциплины	5
1.2. Учебные задачи дисциплины	5
1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы	5
1.4. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы	5
1.5. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий), промежуточную аттестацию и на самостоятельную работу обучающихся	8
1.6. Формы контроля	8
II. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	9
2.1. Содержание разделов дисциплины	9
III. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	13
3.1. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий	13
IV. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ	14
V. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ, ИНФОРМАЦИОННОЕ И МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	14
5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)	14
5.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)	15
5.3. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)	16
5.4. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)	18
5.5. Перечень материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)	20
VI. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ (ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ))	21
6.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы	21
6.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания	21
6.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы	23
VII. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	26
VIII. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ	28

I. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ

1.1. Цель дисциплины «HR брендинг» заключается в формировании у студентов представления о положительной деловой репутации и имидже организации с целью постоянного привлечения высококвалифицированных специалистов на основе использования современных персонал-технологий в условиях цифровизации кадровых процессов.

1.2. Учебные задачи дисциплины.

Задачами дисциплины являются:

- *приобретение* целостного представления о возможностях и перспективных направлениях HR-брендинга организации;
- *овладение* методами, технологиями HR-брендинга с целью привлечения высококвалифицированных специалистов в государственные, муниципальные, коммерческие организации и учреждения;
- *владение* навыками работы в среде внешнего и внутреннего HR-бренда организации с использованием информационно-поисковых программных средств и корпоративных информационных систем.

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы:

Дисциплина «HR брендинг» относится факультативным дисциплинам учебного плана основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки 38.04.03 Управление персоналом, направленность (профиль) программы «Инновационные технологии в управлении персоналом».

Дисциплина основывается на компонентах компетенций, формируемых дисциплиной: «Управление персоналом организации (продвинутый уровень)».

Для успешного освоения дисциплины «HR брендинг», студент должен:

1. **Знать:** философию и концепцию управления персоналом, кадровую и социальную политику, стратегию управления персоналом организации в соответствии со стратегическими планами организации и владением навыками их внедрения и реализации (ПК-1).

2. **Уметь:** разрабатывать и внедрять политику привлечения, подбора и отбора конкурентоспособного персонала (ПК-3); разрабатывать и внедрять политику обучения и развития персонала организации (ПК-5); выбирать направление деятельности системы управления персоналом, исходя из задач организации, систематизировать информацию для достижения поставленной цели (ПК-11).

3. **Владеть:** владением принципами, форм и методов диагностики организационного развития, технологии проведения диагностики и мониторинга состояния развития организации, ее кадрового потенциала и умением использовать их в своей профессиональной деятельности (ПК-12); навыками оценки состояния и оптимизации кадрового делопроизводства и кадрового учета (ПК-19); разработки и организации применения современных методов и технологий управления персоналом, способностью и умением формировать систему индивидуальных инструментов управления персоналом, разработанную на основе новейших методов и методик в данной области, и эффективно реализовывать ее в управленческой практике (ПК-30).

Дисциплина «HR брендинг» является необязательной для изучения обучающимися при освоении образовательной программы и соответственно не является необходимой для дальнейшего изучения последующих дисциплин.

1.4. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Достижение планируемых результатов обучения, соотнесенных с общими целями и задачами ОПОП, является целью освоения дисциплины (модуля).

Планируемые результаты освоения образовательной программы (код и название компетенции)	Планируемые результаты обучения	Этапы формирования компетенции в процессе освоения образовательной программы
<p>ОПК-10 - владением методами и программными средствами обработки деловой информации, анализа деятельности и управления персоналом, способностью взаимодействовать со службами информационных технологий и эффективно использовать корпоративные информационные системы</p>	<p>Выпускник знает: основные понятия и современные принципы работы с деловой информацией, а также иметь представление о корпоративных информационных системах и базах данных, методах и подходах к анализу деятельности организации и системы управления персоналом, типологии внутриорганизационных коммуникаций, средствах и способах коммуникаций со службами информационных технологий;</p> <p>Умеет: работать с информацией в глобальных компьютерных сетях и корпоративных информационных системах, использовать существующие пакеты прикладных программ для сбора и анализа деловой информации с целью решения задач системы управления персоналом</p> <p>Владеет и (или) имеет опыт деятельности: навыками организации сбора и обработки информации в глобальных компьютерных сетях и локальных корпоративных информационных системах, применения на практике компьютерных технологий для анализа и выработки управленческих решений по различным направлениям системы управления персоналом</p>	<p>3 этап из 4</p> <p><i>(3 семестр по учебному плану очной формы обучения; 2 курс по учебному плану заочной формы обучения)</i></p> <p>Формирование компетенции в процессе освоения образовательной программы: 4 этапа</p>
<p>ПК-24 - владением навыками поиска, сбора, обработки, анализа и систематизации информации по теме исследования, подготовки обзоров, научных отчетов и научных публикаций по актуальным проблемам управления персоналом</p>	<p>Выпускник знает: сущность и особенности применения основных методов и приемов сбора первичных и вторичных данных по проблемам управления персоналом (обследование, наблюдение, изучение документов, опрос, эксперимент, тестирование) и последующего анализа;</p> <p>Умеет: оценивать экономические и социальные условия при формировании кадровой политики предприятия, осуществлять сбор, обработку и систематизацию первичной и вторичной эмпирической информации, используя методы наблюдения, документального анализа, анкетирования, интервью в ходе анализа проблем готовить заявки на получение научных грантов и заключения контрактов по НИР; представлять результаты НИР научному сообществу;</p> <p>Владеет и (или) имеет опыт деятельности: навыками планирования и организации сбора и анализа исходных данных, необходимых для расчета социально-экономических показателей, формулировки выводов и рекомендаций по совершенствованию системы управления персоналом, средствами программного обеспечения сбора и анализа исходных эмпирических данных и количественного моделирования системы управления персоналом.</p>	<p>3 этап из 4</p> <p><i>(3 семестр по учебному плану очной формы обучения; 2 курс по учебному плану заочной формы обучения)</i></p> <p>Формирование компетенции в процессе освоения образовательной программы: 4 этапа</p>

В результате освоения дисциплины должны быть сформированы отдельные компоненты следующих компетенций: ОПК-10; ПК-24

1. Знать:

- основные понятия и современные принципы работы с деловой информацией, а также иметь представление о корпоративных информационных системах и базах данных, методах и подходах к анализу деятельности организации и системы управления персоналом, типологии внутриорганизационных коммуникаций, средствах и способах коммуникаций со службами информационных технологий;
- сущность и особенности применения основных методов, инструментов HR-менеджмента и приемов сбора первичных и вторичных данных по проблемам управления персоналом (обследование, наблюдение, изучение документов, опрос, эксперимент, тестирование) и последующего анализа;

2. Уметь:

- работать с информацией в глобальных компьютерных сетях и корпоративных информационных системах, использовать существующие пакеты прикладных программ для сбора и анализа деловой информации с целью решения задач системы управления персоналом;
- оценивать экономические и социальные условия при формировании кадровой политики предприятия, осуществлять сбор, обработку и систематизацию первичной и вторичной эмпирической информации, используя методы наблюдения, документального анализа, анкетирования, интервью в ходе анализа проблем готовить заявки на получение научных грантов и заключения контрактов по НИР; представлять результаты НИР научному сообществу;

3. Владеть:

- навыками организации сбора и обработки информации в глобальных компьютерных сетях и локальных корпоративных информационных системах, применения на практике компьютерных технологий для анализа и выработки управленческих решений по различным направлениям системы управления персоналом;
- навыками планирования и организации сбора и анализа исходных данных, необходимых для расчета социально-экономических показателей, формулировки выводов и рекомендаций по совершенствованию системы управления персоналом, средствами программного обеспечения сбора и анализа исходных эмпирических данных и количественного моделирования системы управления персоналом.

1.5. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий), промежуточную аттестацию и на самостоятельную работу обучающихся

Показатель объема дисциплины	Всего часов	
	Очная форма обучения	Заочная форма обучения
Объем дисциплины в зачетных единицах	1	
Объем дисциплины в часах	36	
Контактная работа, включающая учебные занятия по дисциплине, промежуточную аттестацию обучающихся по дисциплине	20	20
Объем аудиторной работы (всего), в том числе:	18	18
– практические занятия	18	18
Объем интерактивного обучения	-	-
Объем электронного обучения	-	-
Промежуточная аттестация обучающихся (зачет)	2	2
Самостоятельная работа (всего)	16	16

1.6. Формы контроля

Текущий контроль осуществляется преподавателем, ведущим практические занятия, в соответствии с тематическим планом изучения дисциплины.

Промежуточная аттестация

- очная форма – в 3 семестре – зачет
- заочная форма – на 2 курсе – зачет

Результаты текущего контроля и промежуточной аттестации формируют учебную рейтинговую оценку работы студента. Распределение баллов при формировании учебной рейтинговой оценки работы студента осуществляется в соответствии с «Положением о рейтинговой системе оценки успеваемости и качества знаний студентов в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»

II. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Содержание разделов дисциплины

№№ пп	Наименование темы дисциплины	Содержание	Формируемые компетенции	Результаты освоения (знать, уметь, владеть)	Образовательные технологии
1	Тема 1. HR-брендинг: понятие, содержание	<p>Понятие и содержание HR-бренда организации. Подходы к исследованию HR-бренда организации (С. Ллойд, Б. Минчингтон, С. Бэрроу, Р. Мосли, Н. Осовицкая, Р.Е. Мансуров). Роль и значение HR-бренда в системе управления персоналом организации.</p> <p>HR-брендинг: элементы и структура (ценности организации; традиции; культура взаимоотношений внутренние коммуникации; имеющиеся компетенции персонала; стиль управления; возможности профессионального развития и карьерного роста.</p> <p>Сбор и обработка информации в глобальных компьютерных сетях и локальных корпоративных информационных системах в построении HR-бренда организации.</p>	ОПК-10	<p>Знать: основные понятия и современные принципы работы с деловой информацией, а также иметь представление о корпоративных информационных системах и базах данных, методах и подходах к анализу деятельности организации и системы управления персоналом, типологии внутриорганизационных коммуникаций, средствах и способах коммуникаций со службами информационных технологий;</p> <p>Умеет: работать с информацией в глобальных компьютерных сетях и корпоративных информационных системах, использовать существующие пакеты прикладных программ для сбора и анализа деловой информации с целью решения задач системы управления персоналом</p> <p>Владеть: навыками организации сбора и обработки информации в глобальных компьютерных сетях и локальных корпоративных информационных системах, применения на практике компьютерных технологий для анализа и выработки управленческих решений по различным направлениям системы управления персоналом</p>	Практические занятия, самостоятельная работа с литературой
2	Тема 2. Анализ ключевых факторов стратегии HR-бренда организации	<p>Формирование имиджа компании работодателя: содержание, модели. Технологии персонал-маркетинга в управлении персоналом. Построение имиджевого профиля</p>	ОПК-10	<p>Знать: основные понятия и современные принципы работы с деловой информацией, а также иметь представление о корпоративных информационных системах и базах данных, методах и подходах к анализу деятельности организации и системы</p>	Практические занятия, самостоятельная работа с литературой

		<p>на основе ребрендинга сайта организации, работа с офлайн-каналами коммуникации.</p> <p>Анализ внешних и внутренних факторов стратегии HR-бренда.</p> <p>Стадии реализации пошаговой стратегии построения и развития HR-бренда.</p> <p>Анализ проблем при построении HR-бренда организации.</p>		<p>управления персоналом, средствах и способах коммуникаций со службами информационных технологий при разработке стратегии HR-бренда организации;</p> <p>Умеет: работать с информацией в глобальных компьютерных сетях и корпоративных информационных системах для сбора и анализа деловой информации с целью анализа ключевых факторов стратегии HR-бренда организации</p> <p>Владеть: навыками организации сбора и обработки информации, применения на практике IT-технологий при построении HR-бренда</p>	
3	<p>Тема 3. HR- брендинг как инновационный способ привлечения и удержания персонала</p>	<p>Технологии привлечения и удержания персонала: традиционные и современные (с использованием IT-технологий - онлайн-рекрутмент, фриланс).</p> <p>Модель создания и продвижения HR-бренда, модификация для различных условий (создание новой организации, корректировка репутации существующей компании).</p> <p><u>Инструменты реализации внутреннего HR- брендинга</u> (формирование внутреннего кадрового резерва; программы профессионального развития; программы управления карьерой; программы подготовки руководителей, развития лидерства; внутренние PR- мероприятия; формирование механизмов эффективной ротации кадров; работа с увольняющимися сотрудниками; программы</p>	ПК-24	<p>Знать: сущность и особенности применения основных методов и приемов сбора первичных и вторичных данных по проблемам управления персоналом в области HR-брендинга (обследование, наблюдение, изучение документов, опрос, эксперимент, тестирование) и последующего анализа.</p> <p>Уметь: оценивать экономические и социальные условия при формировании кадровой политики, осуществлять сбор, обработку и систематизацию эмпирической информации, используя методы наблюдения, документального анализа, анкетирования, интервью в ходе анализа проблем;</p> <p>Владеть: навыками планирования и организации сбора и анализа исходных данных, необходимых для расчета социально-экономических показателей, формулировки выводов и рекомендаций по совершенствованию инструментов HR-менеджмента.</p>	<p>Практические занятия, самостоятельная работа с литературой,</p>

		<p>поддержки новых сотрудников; программы обучения (наставничество, корпоративные университеты, центры и школы, внутренний коучинг); развитие корпоративных СМИ; программы внутреннего брендинга; совершенствование системы аттестации персонала; мотивационные программы; программы поддержания лояльности сотрудников (в особенности талантливых топ-менеджеров и специалистов); корпоративная культура)</p> <p><u>Инструменты реализации внешнего HR-брендинга:</u> PR-мероприятия, нацеленные на улучшение имиджа компании и репутации компании (работа со СМИ, участие в конкурсе на получение премии «HR-бренд», создание и продвижения красивого и содержательно-наполненного сайта компании); сотрудничество с ВУЗами (совместные проекты, организация конференций, привлечение студентов на стажировку, включение талантливых студентов в кадровый резерв); HR-мероприятия (организация эффективной системы рекрутинга, аутплейсмента)</p>			
4	Тема 4. Оценка эффективности HR-бренда	Ключевые показатели оценки HR-бренда компании (уровень удовлетворенности, уровень заработной платы и социального	ПК-24	Знать: сущность и особенности применения основных методов и приемов сбора первичных и вторичных данных по проблемам управления персоналом в области HR-брендинга (обследование,	Практические занятия, самостоятельная работа

		<p>пакета, прозрачность мотивационной политики, корпоративной культуры, системы адаптации, программ обучения и развития сотрудников, взаимоотношений в коллективе, отношения руководства к персоналу). Методы оценки HR-бренда организации (анкетирование, опрос, наблюдение, анализ документов). Источники информации оценки HR-бренда: внутренний корпоративный портал, локальные программные продукты. Технологии развития HR-бренда за счет активного использования различных HR-проектов.</p>	<p>наблюдение, изучение документов, опрос, эксперимент, тестирование) и последующего анализа. Уметь: оценивать экономические и социальные условия при формировании кадровой политики, осуществлять сбор, обработку и систематизацию первичной и вторичной эмпирической информации, используя методы наблюдения, документального анализа, анкетирования, интервью в ходе анализа проблем; представлять результаты НИР научному сообществу; Владеть: навыками планирования и организации сбора и анализа исходных данных, необходимых для расчета социально-экономических показателей, формулировки выводов и рекомендаций по совершенствованию системы управления персоналом</p>	<p>литературой,</p>
--	--	--	---	---------------------

III. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

Направление подготовки 38.04.03 Управление персоналом, направленность (профиль) программы «Инновационные технологии в управлении персоналом»

Форма обучения: **очная, заочная**

Курс: *очная форма – 2 курс в 3 семестре*

заочная форма – 2 курс

Общая трудоемкость дисциплины составляет 36 академических часов, 1 зачетная единица.

№ п/п	Наименование разделов и тем	Контактная работа при проведении учебных занятий по дисциплине				Промежуточная аттестация обучающихся	Самостоятельная работа		Формы текущего/рубежного контроля
		Аудиторные часы					формы	часы	
		Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	Всего аудиторных часов				
1	Тема 1. HR-брендинг: понятие, содержание	-	4	-	4	-	Лит., Р ПЗ, Д, ПР.ТЗ	4	Устный опрос докладов, рефераты, эссе индивидуальные и групповые задания
2	Тема 2. Анализ ключевых факторов стратегии HR-бренда организации	-	4	-	4	-	Лит., Р ПЗ, Д, ПР.ТЗ	4	Устный опрос докладов, рефераты, эссе тестирование
3	Тема 3. HR- брендинг как инновационный способ привлечения и удержания персонала	-	4	-	4	-	Лит., Р ПЗ, Д, ПР.ТЗ	4	Участие в дискуссии, писм. опрос, тренинг
4	Тема 4. Оценка эффективности HR-бренда	-	6	-	6	-	Лит., Р ПЗ, Д, ПР.ТЗ	4	Индивидуальные и групповые задания, тестирование
Итого:		-	18 часов	-	18 часов	2 часа (зачет)		16 часов	
Объем дисциплины в часах		36 часов							

ПЗ- практические, задания; ТЗ- творческие задания; Э-Эссе; ПР- презентации; Д- доклад; Р- реферат

IV. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В процессе освоения дисциплины «HR брендинг» используются следующие образовательные технологии:

1. Стандартные методы обучения при проведении практических занятий:
 - практические занятия, на которых обсуждаются основные проблемы, формирования HR бренда;
 - коммуникативные задачи и упражнения;
 - презентации;
 - аналитические упражнения;
 - видеодемонстрации и видеоанализ;
 - письменные домашние задания;
 - самостоятельная работа студентов, в которую входит самостоятельное освоение материала, подготовка к практическим занятиям, выполнение письменных заданий, работа с основной и дополнительной литературой.
2. Методы обучения с применением интерактивных форм образовательных технологий:
 - дискуссии, обсуждение подготовленных студентами заданий;
 - игры-симуляции, имитационные игры.

V. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ, ИНФОРМАЦИОННОЕ И МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

Нормативно-правовые документы

1. Трудовой кодекс Российской Федерации от 30.12.2001 N 197-ФЗ (ред. от 03.07.2016).

Основная литература

1. Бренд в современной культуре: Монография/Дмитриева Л.М. - М.: Магистр, НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 200 с.: 60x90 1/16 (Обложка) ISBN 978-5-9776-0369-0, 100 экз. (ЭБС).
2. Брендинг: Управление брендом: Учебное пособие / В.Л. Музыкант. - М.: ИЦ РИОР: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 316 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование: Бакалавриат). (переплет) ISBN 978-5-369-01236-9, 500 экз. (ЭБС).
3. Информационные технологии в профессиональной деятельности: Учебное пособие / Е.Л. Федотова. - М.: ИД ФОРУМ: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 368 с.: ил.; 60x90 1/16. - (Профессиональное образование). (переплет) ISBN 978-5-8199-0349-0 (ЭБС).
4. Информационные технологии управления: учебник / Б.В. Черников. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : ИД «ФОРУМ» : ИНФРА-М, 2017. — 368 с. — (Высшее образование). (ЭБС).
5. Кузьмина О.Г. Бренд-менеджмент: Учеб. пособие. — М.: РИОР: ИНФРА-М, 2017. — 176 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — www.dx.doi.org/10.12737/21301. (ЭБС).

Дополнительная литература:

1. Мансуров Р.Е. HR-брендинг. Как повысить эффективность персонала. — СПб.: БХВ-Петербург, 2012. — 228 с.: ил. — (Фактор роста). - ISBN 978-5-9775-0695-3.
2. Понявина М.Б. Использование современных мобильных технологий в целях повышения лояльности к брендам современных российских компаний / Интернет-журнал \"Науковедение\", Вып. 2 (21), 2014 (ЭБС).
3. Секреты сильного бренда: Как добиться коммерческой уникальности / Дробо К. - М.: Альпина Пабл., 2016. - 276 с.: ISBN 5-9614-0109-X (ЭБС).

4. Теория и практика социокультурного брендинга. Ценностные аспекты создания брендов в социальной сфере/Е.А.Осипова - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 156 с.: 60x90 1/16 ISBN 978-5-16-103661-7 (online) (ЭБС).

5. Управление персоналом организации: Учебник / Кибанов А.Я., Баткаева И.А., Ивановская Л.В.; Под ред. Кибанов А.Я., - 4-е изд., доп. и перераб. - М.:НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 695 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование: Бакалавриат) (Переплёт 7БЦ) ISBN 978-5-16-003671-7. (ЭБС).

Периодическая печать (научные журналы):

1. Вестник СГСЭУ
2. Психология. Журнал высшей школы экономики
3. Справочник кадровика
4. Управление персоналом
5. Человеческий капитал и профессиональное образование

Рекомендуемые программы и Интернет-ресурсы

1. ecsocman.hse.ru - Федеральный образовательный портал «Экономика, Социология, Менеджмент».
2. aur.ru - Административно-управленческий портал. Бесплатная электронная библиотека по вопросам экономики, финансов, менеджмента и маркетинга на предприятии. Присутствуют разделы: «Книги», «Статьи» (учебно-методические, обзорные, научные), «Документы» (стандарты, инструкции, фирменная документация), «Обзоры» (маркетинговые исследования, методические обзоры), ссылки (периодические издания, тематические сборники и архивы).
3. cfin.ru - Сайт «Корпоративный менеджмент». В разделе «Библиотека управления» учебники, статьи, обзоры по таким разделам, как: менеджмент, маркетинг, финансовый анализ, оценка бизнеса, бизнес-планы, инвестиции и инвесторы, консалтинг и др.
4. mevriz.ru - Журнал «Менеджмент в России и за рубежом». Аннотации к номерам, архив статей.
5. mavriz.ru - Журнал «Маркетинг в России и за рубежом». Аннотации к номерам, архив статей.
6. expert.ru - Известный журнал «Эксперт», посвященный бизнесу и экономике. На сайте в свободном доступе представлены материалы последнего текущего выпуска журнала.
7. kommersant.ru - Известный деловой журнал «Коммерсант». На сайте представлены полные версии некоторых статей, прямые ссылки на журналы «Власть» и «Деньги».
8. vedomosti.ru - Ежедневная деловая газета «Ведомости» в Интернете. Разделы: «Компании и рынки», «Политика и общество», «Аналитика и расследования». В свободном доступе - свежий выпуск газеты.

5.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)

Перечень электронных ресурсов, к которым обеспечивается доступ обучающихся:

1. http://82.179.36.11/irbis64r_12 - электронный каталог библиотеки ССЭИ на основе системы автоматизации библиотек (САБ) «ИРБИС64»
2. http://seun.ru/content/learning/4/science/1/?clear_cache=Y – учебные пособия и учебно-методические материалы ССЭИ
3. <http://znaniyum.com> – электронно-библиотечная система «Знаниум»
4. <http://biblioklub.ru> - электронно-библиотечная система «Университетская библиотека online»
5. <http://www.biblio-online.ru> - электронно-библиотечная система «Юрайт»
6. <http://book.ru> - электронно-библиотечная система «BOOK.ru»
7. <http://grebennikon.ru/> - электронная библиотека Издательского дома "Гребенников"
8. <http://search.proquest.com/business> - электронно-библиотечная система «ProQuest»
9. http://www.consultant.ru/?utm_source=sps - справочная правовая система «КонсультантПлюс»

10. <http://elibrary.ru/defaultx.asp> - Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU
11. <http://cyberleninka.ru/> - Научная электронная библиотека «КИБЕРЛЕНИНКА»
12. <http://www.prlib.ru/Pages/default.aspx> - Президентская библиотека имени Б.Н. Ельцина
13. <http://www.polpred.com/> - база данных «Polpred.com Обзор СМИ»
14. <http://www.ilo.org/global/lang-en/index.htm#a2> – Международный научно-исследовательский институт по вопросам труда
15. <https://www.isi-web.org/> - База данных ISI (TheInternationalStatisticalInstitute) Международного статистического института
16. <http://www.edu.ru/> - Федеральный портал «Российское образование»
17. <http://window.edu.ru/> - Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам»
18. <http://school-collection.edu.ru/> - Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов
19. <http://fcior.edu.ru/> - Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов

5.3. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

№ п/п	Виды работ с обучающимися	Перечень информационных технологий, программного обеспечения, информационных справочных систем	Номера тем
1.	Визуализация содержания материала с помощью мультимедиа-проектора	Microsoft office suit 1. MS Access 2007 2. MS Visual Studio 2008 3. MS FrontPage 2003 4. MS Visual Studio 2010 5. MS Project 2007	Все темы
2	Изучение теоретического курса дисциплины с предоставлением каждому обучающемуся в течение всего периода обучения индивидуального неограниченного доступа к одной и/или нескольким электронно-библиотечным системам (электронным библиотекам) и к электронной информационно-образовательной среде организации, как на территории организации, так и вне ее. Изучение курса факультативной	Электронный каталог библиотеки на основе системы автоматизации библиотек (САБ) «ИРБИС64», режим доступа: http://82.179.36.11/irbis64r_12 . Электронно-библиотечная система «Знаниум», режим доступа: http://znanium.com . Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека online», режим доступа: http://biblioklub.ru . Электронно-библиотечная система «Юрайт», режим доступа: http://www.biblio-online.ru . Электронно-библиотечная система «BOOK.ru», режим доступа: http://book.ru . Электронная библиотека Издательского дома «Гребенников», режим доступа: http://grebennikon.ru/ . Электронная библиотечная система ELibrary, режим доступа: http://elibrary.ru/defaultx.asp . Электронно-библиотечная система	Все темы

№ п/п	Виды работ с обучающимися	Перечень информационных технологий, программного обеспечения, информационных справочных систем	Номера тем
	дисциплины с использованием электронных учебников, предоставляемым по договорам с ЭБС (указаны в разделе V). Учебно-методическое, информационное и материально-техническое обеспечение дисциплины)	«ProQuest», режим доступа: http://search.proquest.com/business .	
3	Взаимодействие между участниками образовательного процесса, в том числе синхронное и (или) асинхронное взаимодействие посредством сети «Интернет».	LMS Moodle Стандартные офисные компьютерные программы: Microsoftofficesuit 1. MS Access 2007 2. MS Visual Studio 2008 3. MS FrontPage 2003 4. MS Visual Studio 2010 MS Project 2007 Свободно распространяемое ПО: 7-Zip – архиватор. Интернетбраузеры.	все темы
4	Проведение групповых и индивидуальных консультаций обучающихся, в том числе синхронное и (или) асинхронное взаимодействие посредством сети «Интернет».	LMS Moodle	все темы
5	Проведение контроля качества освоения дисциплины посредством текущего контроля успеваемости обучающихся	Программный комплекс адаптивного компьютерного тестирования «АСТ-Тест Plus» версии 4.x.x LMS Moodle	все темы

Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

1. Официальный интернет-портал правовой информации <http://pravo.gov.ru>.
2. Портал Федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования <http://fgosvo.ru>.
3. Портал «Информационно-коммуникационные технологии в образовании»

<http://www.ict.edu.ru>.

4. HR Менеджмент. [Электронный ресурс] - Режим доступа: www.hrm.ru

5. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU. [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://elibrary.ru/defaultx.asp>

6. Национальный союз кадровиков. [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://www.kadrovik.ru/>

5.4. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

1. Бренд в современной культуре: Монография/Дмитриева Л.М. - М.: Магистр, НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 200 с.: 60x90 1/16 (Обложка) ISBN 978-5-9776-0369-0, 100 экз. (ЭБС).
2. Брендинг: Управление брендом: Учебное пособие / В.Л. Музыкант. - М.: ИЦ РИОР: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 316 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование: Бакалавриат). (переплет) ISBN 978-5-369-01236-9, 500 экз. (ЭБС).
3. Информационные технологии в профессиональной деятельности: Учебное пособие / Е.Л. Федотова. - М.: ИД ФОРУМ: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 368 с.: ил.; 60x90 1/16. - (Профессиональное образование). (переплет) ISBN 978-5-8199-0349-0 (ЭБС).
4. Информационные технологии управления: учебник / Б.В. Черников. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : ИД «ФОРУМ» : ИНФРА-М, 2017. — 368 с. — (Высшее образование). (ЭБС).
5. Кузьмина О.Г. Бренд-менеджмент: Учеб. пособие. — М.: РИОР: ИНФРА-М, 2017. — 176 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — www.dx.doi.org/10.12737/21301. (ЭБС).
6. Мансуров Р.Е. HR-брендинг. Как повысить эффективность персонала. — СПб.: БХВ-Петербург, 2012. — 228 с.: ил. — (Фактор роста). - ISBN 978-5-9775-0695-3.
7. Понявина М.Б. Использование современных мобильных технологий в целях повышения лояльности к брендам современных российских компаний / Интернет-журнал "Науковедение", Вып. 2 (21), 2014 (ЭБС).
8. Секреты сильного бренда: Как добиться коммерческой уникальности / Дробо К. - М.: Альпина Пабли., 2016. - 276 с.: ISBN 5-9614-0109-X (ЭБС).
9. Теория и практика социокультурного брендинга. Ценностные аспекты создания брендов в социальной сфере/Е.А.Осипова - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 156 с.: 60x90 1/16 ISBN 978-5-16-103661-7 (online) (ЭБС).
10. Управление персоналом организации: Учебник / Кибанов А.Я., Баткаева И.А., Ивановская Л.В.; Под ред. Кибанов А.Я., - 4-е изд., доп. и перераб. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 695 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование: Бакалавриат) (Переплёт 7БЦ) ISBN 978-5-16-003671-7. (ЭБС).

Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по темам

Тема 1. HR-брендинг: понятие, содержание

Литература О-1-5; Д-1,4

Вопросы для самопроверки:

1. Понятие HR-бренда.
2. Анализ зарубежных и отечественных практик реализации HR-бренда.
3. Значение HR-бренда в системе HR-менеджмента.
4. Основные элементы HR-брендинга.
5. Структура HR-брендинга, краткая характеристика.
6. Использование IT-технологий в построении HR-бренда организации (офлайн, онлайн).

Задания для самостоятельной работы:

1. Самостоятельное изучение основной и дополнительной литературы

Тема 2. Анализ ключевых факторов стратегии HR-бренда организации

Литература О-1-5; Д-1,4

Вопросы для самопроверки:

1. Анализ моделей формирования имиджа компании работодателя на примере конкретной организации.
2. Использование инструментария персонал-маркетинга в организации.
3. Понятие ребрендинга организации. Корректировка информационного наполнения сайтов.
4. Внешние факторы стратегии HR-бренда.
5. Внутренние факторы стратегии HR-бренда.
6. Ошибки при построении HR-бренда организации.

Задания для самостоятельной работы:

1. Самостоятельное изучение основной и дополнительной литературы

Тема 3. HR- брендинг как инновационный способ привлечения и удержания персонала

Литература О-1-5; Д-1-5

Вопросы для самопроверки:

1. Традиционные и современные технологии привлечения персонала с использованием IT-технологий.
2. Модель создания и продвижения HR-бренда организации.
3. Цели внутреннего и внешнего HR-брендинга.
4. Инструменты реализации внутреннего HR- брендинга.
5. Инструменты реализации внешнего HR- брендинга.
6. PR-мероприятия, нацеленные на улучшение имиджа и репутации компании.
7. HR-мероприятия, нацеленные на улучшение имиджа и репутации компании.
8. Механизм реализации программы внутреннего брендинга.
9. Конкурс на получение премии «HR-бренд»: назначение, участие, опыт.

Задания для самостоятельной работы:

1. Самостоятельное изучение основной и дополнительной литературы

Тема 4. Оценка эффективности HR-бренда

Литература О-1-5; Д-1-5

Вопросы для самопроверки:

1. Показатели оценки HR-бренда компании.
2. Повышение уровня лояльности сотрудников за счет инструментария HR-бренда.
3. Методы оценки эффективности HR-бренда организации (социальный и экономический эффект).
4. Источники информации оценки HR-бренда.
5. Технологии развития HR-бренда за счет активного использования различных HR-проектов.
6. Разработка и внедрение сильного HR-бренда компании: преимущества.
7. Качество внутрикорпоративных HR-процессов.

Задания для самостоятельной работы:

1. Самостоятельное изучение основной и дополнительной литературы

5.5. Перечень материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Для проведения занятий по дисциплине используются специальные помещения, представляющие собой учебные аудитории для проведения практических занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенные необходимым мультимедийным оборудованием.

Для проведения занятий используется демонстрационное оборудование и учебно-наглядные пособия, обеспечивающие тематические иллюстрации, соответствующие рабочей программе учебной дисциплины (модуля).

Для организации самостоятельной работы обучающихся используются помещения (аудитории) для самостоятельной работы и помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования, укомплектованные специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечены доступом в электронную информационно-образовательную среду организации.

Реализация дисциплины обеспечена необходимым комплектом лицензионного программного обеспечения (состав определен в рабочей программе дисциплины (модуля) в разделе V 5.3. «Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)»).

Электронно-библиотечные системы и электронная информационно-образовательная среда обеспечивают одновременный доступ не менее 25 процентов обучающихся по программе магистратуры.

Обучающимся обеспечен доступ (удаленный доступ) к современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам, состав которых определен в рабочей программе дисциплины (модуля) в разделе V «Учебно-методическое, информационное и материально-техническое обеспечение дисциплины».

VI. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ (ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)¹

Оценочные средства по дисциплине разработаны в соответствии с Положением о фонде оценочных средств в ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г.В. Плеханова».

(Фонд оценочных средств хранится на кафедре управления персоналом и психологии и размещен в локальной сети Института)

6.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы представлен: в таблице раздела II рабочей программы дисциплины; в таблице 4 «Паспорта формирования компетенций в процессе освоения основной профессиональной образовательной программы», являющегося Приложением к основной профессиональной образовательной программе и размещенного в локальной сети Института и ЭИОС; в Фонде оценочных средств по дисциплине в разделе I «Паспорт фонда оценочных средств» подраздел 1.1. Компетенции, формируемые в процессе изучения дисциплины; подраздел 1.2 Система поэтапной оценки уровня сформированности компетенций и результатов обучения.

Формирование компетенции ОПК-10 - владением методами и программными средствами обработки деловой информации, анализа деятельности и управления персоналом, способностью взаимодействовать со службами информационных технологий и эффективно использовать корпоративные информационные системы осуществляется в течение четырех этапов освоения основной образовательной программы.

Дисциплина «HR брендинг» формирует компетенцию ОПК-10 на втором этапе в рамках освоения основной профессиональной образовательной программы.

Формирование компетенции ПК-24 - владением навыками поиска, сбора, обработки, анализа и систематизации информации по теме исследования, подготовки обзоров, научных отчетов и научных публикаций по актуальным проблемам управления персоналом осуществляется в течение четырех этапов освоения основной образовательной программы.

Дисциплина «HR брендинг» формирует компетенцию ПК-24 на третьем этапе в рамках освоения основной профессиональной образовательной программы.

6.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания представлено: в таблице раздела II и раздела VIII рабочей программы дисциплины; в Фонде оценочных средств по дисциплине в разделе I «Паспорт фонда оценочных средств» подраздел 1.5. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания, являющегося Приложением к основной профессиональной образовательной программе и размещенного в локальной сети Института и ЭИОС.

¹Приведены примеры из ФОС

Дескриптор компетенций	Показатели оценивания	Критерии оценивания
Знает	<ul style="list-style-type: none"> - основные понятия и современные принципы работы с деловой информацией, а также иметь представление о корпоративных информационных системах и базах данных, методах и подходах к анализу деятельности организации и системы управления персоналом, типологии внутриорганизационных коммуникаций, средствах и способах коммуникаций со службами информационных технологий; - сущность и особенности применения основных методов, инструментов HR-менеджмента и приемов сбора первичных и вторичных данных по проблемам управления персоналом (обследование, наблюдение, изучение документов, опрос, эксперимент, тестирование) и последующего анализа 	<p>Оценка «зачтено» выставляется, если студент в целом за семестр набрал от 50 до 100 баллов</p> <p>Оценка «не зачтено» выставляется, если студент в целом за семестр набрал менее 50 баллов</p>
Умеет	<ul style="list-style-type: none"> - работать с информацией в глобальных компьютерных сетях и корпоративных информационных системах, использовать существующие пакеты прикладных программ для сбора и анализа деловой информации с целью решения задач системы управления персоналом; - оценивать экономические и социальные условия при формировании кадровой политики предприятия, осуществлять сбор, обработку и систематизацию первичной и вторичной эмпирической информации, используя методы наблюдения, документального анализа, анкетирования, интервью в ходе анализа проблем готовить заявки на получение научных грантов и заключения контрактов по НИР; представлять результаты НИР научному сообществу 	
Навыки и опыт деятельности	<ul style="list-style-type: none"> - навыками организации сбора и обработки информации в глобальных компьютерных сетях и локальных корпоративных информационных системах, применения на практике компьютерных технологий для анализа и выработки управленческих решений по различным направлениям системы управления персоналом; - навыками планирования и организации сбора и анализа исходных данных, необходимых для расчета социально-экономических показателей, формулировки выводов и рекомендаций по совершенствованию системы управления персоналом, средствами программного обеспечения сбора и анализа исходных эмпирических данных и 	

	количественного моделирования системы управления персоналом	
--	---	--

Процедура оценивания знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующих формирование компетенций (очная форма - в 3 семестре, заочная форма – на 2 курсе), происходит по традиционной шкале оценивания (зачет).

Соответствие баллов традиционной системе оценивания:

Оценка «зачтено» выставляется, если студент в целом за семестр набрал от 50 до 100 баллов

Оценка «не зачтено» выставляется, если студент в целом за семестр набрал менее 50 баллов (или на зачете набрал менее 40 баллов).

Контроль и оценка результатов освоения осуществляется преподавателем в процессе проведения занятий семинарского типа, тестирования и т.п.

6.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Курсовая работа учебным планом не предусмотрена

Вопросы к зачету

1. Понятие и содержание HR-бренда организации.
2. Подходы к исследованию HR-бренда организации.
3. Роль и значение HR-бренда в системе управления персоналом организации.
4. HR-брендинг: элементы и структура
5. Сбор и обработка информации в глобальных компьютерных сетях и локальных корпоративных информационных системах в построении HR-бренда организации.
6. Формирование имиджа компании работодателя: содержание, модели.
7. Технологии персонал-маркетинга в управлении персоналом.
8. Построение имиджевого профиля на основе ребрендинга сайта организации, работа с офлайн-каналами коммуникации.
9. Анализ внешних и внутренних факторов стратегии HR-бренда.
10. Стадии реализации пошаговой стратегии построения и развития HR-бренда.
11. Анализ проблем при построении HR-бренда организации.
12. Технологии привлечения и удержания персонала: традиционные и современные.
13. Модель создания и продвижения HR-бренда.
14. Инструменты реализации внутреннего HR-брендинга.
15. Инструменты реализации внешнего HR-брендинга.
16. Ключевые показатели оценки HR-бренда компании (уровень удовлетворенности, уровень заработной платы и социального пакета, прозрачность мотивационной политики, корпоративной культуры, системы адаптации, программ обучения и развития сотрудников, взаимоотношений в коллективе, отношения руководства к персоналу).
17. Методы оценки HR-бренда организации.
18. Источники информации оценки HR-бренда
19. Технологии развития HR-бренда за счет активного использования различных HR-проектов.
20. Методы управления бренд-инновациями.
21. Характеристика бренд-символов используемых в технологиях HR.
22. Классификация атрибутов HR-бренда.

23. Рекламный бренд-слоган в технологиях HR.
24. Стратегии и методы управления брендинг- процессами.

- **Тематика рефератов, эссе**

1. Взаимосвязь элементов HR-бренда.
2. Пирамида ценностей работников.
3. Коммуникационные послания HR-бренда.
4. Основные каналы коммуникаций внутреннего маркетинга.
5. IT-технологии в построении HR-бренда.
6. Цифровизация кадровых процессов в стратегии HR-бренда.
7. Ценностное предложение HR-бренда.
8. Модель взаимосвязи бренда работодателя и бренда товара.
9. Междисциплинарный характер HR-бренда.
10. Положения концепции когнитивного маркетинга Ч.Остгуда.
11. Модель HR-бренда Бакхаус и Тику.
12. Модель HR-бренда Катона и Мачиошека.
13. Влияние бренда работодателя на вовлеченность персонала (Эмблер).
14. Лестница вовлеченности HR-бренда.
15. Понятие и модель «talent relationship management» (TRM).
16. Мифодизайн элементов бренд-стиля.
17. Современная практика HR брендинга.
18. Лучшие практики HR-брендинга в России и за рубежом.
19. Распределение зон ответственности за реализацию HR-брендинга в организации.
20. Анализ приоритетных мероприятий в области HR-бренда.
21. Рекрутинговый брендинг: содержание и назначение.
22. Социальные медиа в HR-брендинге.
23. Показатели эффективности HR-бренда.
24. Эффекты от введения HR-бренда российских компаний.
25. Исследования компании Headhunter в области HR-брендинга.
26. Рекламный бренд-слоган в технологиях HR.
27. Методы управления бренд-инновациями.
28. Характеристика бренд-символов, используемых в технологиях HR.
29. HR-бренд и корпоративная культура.
30. HR-брендинг как эффективный инструмент рекрутмента персонала.

- **Примеры тестов для контроля знаний**

1. **Какой элемент формирует внутренние коммуникации HR бренда:**

- ценности организации
- возможности профессионального развития и карьерного роста
- культура взаимоотношений
- компетенции персонала

2. **В комплекс технических средств, обеспечивающих работу системы, входят:**

- документация по использованию информационных технологий
- средства моделирования процессов управления системой
- техническая документация на разработку программных средств
- устройства сбора, накопления, обработки, передачи и вывода информации

3. В каком году впервые был представлен термин HR-бренд в публицистике:

- 1990
- 2003
- 1988
- 2012

4. Какому автору принадлежит цитата «HR-бренд – это имидж компании, который во многом определяется корпоративной культурой»?:

- Б. Минчингтон
- Р. Мосли
- А. Мичурина
- С. Ллойд

Критерии оценки (в баллах):

Оценка «зачтено» по результатам тестирования ставиться при ответе более чем на 8 вопросов правильно

Оценка «не зачтено», ставиться обучающемуся при ответе менее чем на 8 вопросов правильно

VII. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Регламент организации проведения элективных и факультативных дисциплин в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова», утвержденный на заседании Методического совета Университета от 18.12.2017 года (протокол № 4) (<http://www.rea.ru> / <http://www.seun.ru>);

Положение о порядке освоения факультативных и элективных дисциплин в Саратовском социально-экономическом институте (филиале) федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова», утвержденное решением Ученого совета Института от 29.12.2017 года (протокол № 10) (<http://www.seun.ru>);

Положение о текущем, рубежном контроле успеваемости и промежуточной аттестации студентов в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова», утвержденное решением Ученого совета Университета от 26.12.2017 года (протокол № 6) (<http://www.rea.ru> / <http://www.seun.ru>);

Положение об интерактивных формах обучения, утвержденное на заседании Методического совета Университета от 15.02.2016 года (протокол № 6) (<http://www.rea.ru> / <http://www.seun.ru>);

Положение об организации самостоятельной работы студентов в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова», утвержденное решением Ученого совета Университета от 28.08.2017 года (протокол № 96-ОГ) (<http://www.rea.ru> / <http://www.seun.ru>);

Положение о рейтинговой системе оценки успеваемости и качества знаний студентов в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова», утвержденное решением Ученого совета Университета от 28.08.2017 года (протокол № 96-ОГ) (<http://www.rea.ru> / <http://www.seun.ru>);

Положение об учебно-исследовательской работе студентов в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова», утвержденное решением Ученого совета Университета от 28.08.2017 года (протокол № 96-ОГ) (<http://www.rea.ru> / <http://www.seun.ru>).

Вид учебных занятий	Организация деятельности студента
<i>Практические занятия</i>	<i>Проработка рабочей программы, уделяя особое внимание целям и задачам, структуре и содержанию дисциплины. Конспектирование источников. Подготовка ответов к контрольным вопросам, просмотр рекомендуемой литературы, работа с текстом (указать текст из источника и др.). Прослушивание аудио- и видеозаписей по заданной теме, решение расчетно-графических заданий, решение задач по алгоритму и др.</i>
<i>Контрольная работа / индивидуальные задания</i>	<i>Знакомство с основной и дополнительной литературой, включая справочные издания, конспект основных терминов, сведений, требующихся для запоминания и являющихся основополагающими в этой теме. Составление аннотаций к прочитанным литературным источникам и др.</i>
<i>Реферат / курсовая работа</i>	<i>Реферат: Поиск литературы и составление библиографии, использование от 3 до 5 научных работ, изложение мнения авторов и своего суждения по выбранному вопросу; изложение основных аспектов проблемы. Ознакомиться со структурой и оформлением реферата.</i>

При выполнении текущей (внеаудиторной) самостоятельной работы необходимо придерживаться следующего алгоритма:

1. Ознакомление с соответствующим разделом курса в системе Moodle;
2. Выполнение соответствующих заданий.

Критериями оценки *реферата* следующие:

Изложенное понимание реферата как целостного авторского текста определяет критерии его оценки: новизна текста; обоснованность выбора источника; степень раскрытия сущности вопроса; соблюдения требований к оформлению.

Новизна текста: а) актуальность темы исследования; б) новизна и самостоятельность в постановке проблемы, формулирование нового аспекта известной проблемы в установлении новых связей (межпредметных, внутриспредметных, интеграционных); в) умение работать с исследованиями, критической литературой, систематизировать и структурировать материал; г) явленность авторской позиции, самостоятельность оценок и суждений; д) стилевое единство текста, единство жанровых черт.

Степень раскрытия сущности вопроса: а) соответствие плана теме реферата; б) соответствие содержания теме и плану реферата; в) полнота и глубина знаний по теме; г) обоснованность способов и методов работы с материалом; е) умение обобщать, делать выводы, сопоставлять различные точки зрения по одному вопросу (проблеме).

Обоснованность выбора источников: а) оценка использованной литературы: привлечены ли наиболее известные работы по теме исследования (в т.ч. журнальные публикации последних лет, последние статистические данные, сводки, справки и т.д.).

Соблюдение требований к оформлению: а) насколько верно оформлены ссылки на используемую литературу, список литературы; б) оценка грамотности и культуры изложения (в т.ч. орфографической, пунктуационной, стилистической культуры), владение терминологией; в) соблюдение требований к объёму реферата.

Критериями оценки *эссе* являются:

1) представление собственной точки зрения (позиции, отношения) при раскрытии проблемы;

2) раскрытие проблемы на теоретическом (в связях и с обоснованиями) или бытовом уровне, с корректным использованием или без использования философских понятий в контексте ответа;

3) аргументация своей позиции с опорой на факты общественной жизни или собственный опыт, философские и культурологические работы.

Требование к *презентации*:

1. Презентация не должна быть меньше 10 слайдов.

2. Первый лист – это титульный лист, на котором обязательно должны быть представлены: название проекта; название выпускающей организации; фамилия, имя, отчество автора;

3. Следующим слайдом должно быть содержание, где представлены основные этапы (моменты) презентации. Желательно, чтобы из содержания по гиперссылке можно перейти на необходимую страницу и вернуться вновь на содержание.

4. Дизайн-эргономические требования: сочетаемость цветов, ограниченное количество объектов на слайде, цвет текста.

5. В презентации необходимы импортированные объекты из существующих цифровых образовательных ресурсов

6. последними слайдами урока-презентации должны быть глоссарий и список литературы.

В процессе подготовки к и практическим занятиям студентам необходимо изучить рекомендуемую литературу, внимательно прочитать и составить конспект первоисточника. Самостоятельная работа с литературой является основной в процессе изучения дисциплины. Составляя конспект, следует отмечать время написания работы, фиксировать выходные данные книги, в которой она находится. Значение незнакомых терминов и понятий необходимо выяснить по справочной литературе. На каждый вопрос плана практического занятия следует подготовить ответ с использованием как учебной литературы, так и первоисточников (где это необходимо). Все непонятное следует оформить в вопросы, которые на занятии следует обязательно задать преподавателю или однокурсникам при их ответах. Устное выступление не должно превышать 15 минут.

**VIII. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ
ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ,
ХАРАКТЕРИЗУЮЩИЕ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ**

Формирование балльной оценки по учебной дисциплине (факультативной) «HR брендинг»

В соответствии с «Положением о рейтинговой системе оценки успеваемости и качества знаний студентов в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова» распределение баллов, формирующих рейтинговую оценку работы студента, осуществляется следующим образом:

Виды работ	Максимальное количество баллов
Посещаемость	20
Текущий контроль	20
Творческий рейтинг	20
Промежуточная аттестация (экзамен/ зачет)	40
ИТОГО	100

1. Посещаемость

В соответствии с утвержденным учебным планом по направлению подготовки 38.04.03 Управление персоналом, направленность (профиль) программы «Инновационные технологии в управлении персоналом» по дисциплине «HR брендинг» предусмотрено 18 часов практических занятий. За посещение 1 занятия студент набирает 2,22балла.

2. Текущий и рубежный контроль

Расчет баллов по результатам текущего и рубежного контроля (для очной формы обучения в 3-м семестре, для заочной формы обучения на 2 курсе).

Формы контроля	Наименование раздела/ темы, выносимых на контроль	Форма проведения контроля (тест, контр. работа и др. виды контроля в соответствии с Положением)	Количество баллов, максимально
Текущий и рубежный контроль	Тема 1. HR-брендинг: понятие, содержание	Опрос, тест	5
	Тема 2. Анализ ключевых факторов стратегии HR-бренда организации	Опрос, тест	5
	Тема 3. HR- брендинг как инновационный способ привлечения и удержания персонала	Опрос, тест	5
	Тема 4. Оценка эффективности HR-бренда	Опрос, тест	5
ИТОГО:			20

3. Творческий рейтинг

Распределение баллов осуществляется по решению методической комиссии кафедры и результат распределения баллов за соответствующие виды работ представляются в виде следующей таблицы.

Наименование раздела/темы дисциплины	Вид работы	Количество баллов
Тема 1. HR-брендинг: понятие, содержание	Эссе	20
Тема 2. Анализ ключевых факторов стратегии HR-бренда организации		
Тема 3. HR- брендинг как инновационный способ		

привлечения и удержания персонала		
Тема 4. Оценка эффективности HR-бренда		
ИТОГО:		20

- Максимальное количество баллов за 1 доклад (реферат, эссе) – 3
- Максимальное количество баллов за 1 творческое домашнее задание - 4

В семестре обучающийся может набрать максимальное количество баллов - 20
Оценочная таблица

п/п	Критерии оценивания	Максимальное количество баллов	Баллы, полученные студентом
1.	Посещаемость	20	
2.	Выполнение заданий по темам:	20	
2.1.	Тема 1. HR-брендинг: понятие, содержание	5	
2.2.	Тема 2. Анализ ключевых факторов стратегии HR-бренда организации	5	
2.3.	Тема 3. HR- брендинг как инновационный способ привлечения и удержания персонала	5	
2.4.	Тема 4. Оценка эффективности HR-бренда	5	
3.	Выполнение индивидуального задания (реферат, эссе)	20	
4.	Зачет	40	

Итоговая рейтинговая оценка по дисциплине «HR брендинг» складывается из следующих составляющих:

1) За каждую тему студент может максимально получить 5 баллов, которые включают в себя: выполнение заданий для самостоятельной работы – до 2 балла; устный ответ и (или) выполнение проверочной работы - до 3 балла

2) Обязательной формой текущей аттестации знаний является тестирование, которое проходит в 3 этапа. Максимальная оценка по трем тестам может составить 20 баллов.

3) Обучающийся, желающим повысить свой рейтинг, предлагаются задания повышенной сложности (доклад, реферат, эссе), которые в общей сложности максимально могут быть оценены в 20.

4) Зачет по результатам учебной дисциплины «HR брендинг» выставляется обучающемуся за успешную работу, подтвержденную положительными оценками в течение семестра на практических занятиях. Общее количество баллов, необходимых для получения отметки «зачтено» – 50 баллов

5) На зачете ответ студента может быть максимально оценен в 40 баллов.

Итоговый балл формируется суммированием баллов за промежуточную аттестацию и баллов, набранных перед аттестацией. Приведение суммарной балльной оценки к четырехбалльной шкале производится следующим образом:

Перевод рейтинговой оценки в традиционную осуществляется на основании следующих соотношений

Рейтинговая оценки	Традиционная система оценки
50– 100 баллов	зачтено»
менее 50 баллов	оценка «не зачтено»

Приложение 1
Пример экзаменационного билета

Согласно учебному плану по направлению подготовки 38.04.03 Управление персоналом, направленность (профиль) программы «Инновационные технологии в управлении персоналом» экзамен по дисциплине «HR брендинг» не предусмотрен.

Тематика комплексных междисциплинарных курсовых работ (проектов)

Согласно учебному плану по направлению подготовки 38.04.03 Управление персоналом, направленность (профиль) программы «Инновационные технологии в управлении персоналом» комплексная междисциплинарная курсовая работа (проект) по дисциплине «HR брендинг» не предусмотрена

Тематика курсовых работ (проектов)

Согласно учебному плану по направлению подготовки 38.04.03 Управление персоналом, направленность (профиль) программы «Инновационные технологии в управлении персоналом» курсовая работа (проект) по дисциплине «HR брендинг» не предусмотрена

Карта обеспеченности дисциплины «HR брендинг»
учебными изданиями и иными информационно-библиотечными ресурсами

Кафедра управления персоналом и психологии
ОПОП ВО по направлению подготовки 38.04.03 Управление персоналом, направленность (профиль) программы «Инновационные технологии в управлении персоналом»
Уровень высшего образования – Магистратура

№п/п	Наименование, автор	Выходные данные	Информация по библиотеке ССЭИ		Количество экземпляров на кафедре (в лаборатории) (шт.)	Численность студентов (чел.) ¹	Показатель обеспеченности студентов литературой: = 1 (при наличии в ЭБС); или =(колонка 4/ колонка 7) (при отсутствии в ЭБС)
			количество печатных экземпляров (шт.) ²	наличие в ЭБС (да/нет), название ЭБС ³			
1	2	3	4	5	6	7	8
Основная литература							
1	Бренд в современной культуре: Монография/Дмитриева Л.М. http://znanium.com .	М.: Магистр, НИЦ ИНФРА-М, 2015.	×	да, ЭБС «Znanium»	×	×	1
2	Брендинг: Управление брендом: Учебное пособие / В.Л. Музыкант. http://znanium.com .	М.: ИЦ РИОР: НИЦ ИНФРА-М, 2014.	×	да, ЭБС «Znanium»			1
3	Информационные технологии в профессиональной деятельности: Учебное пособие / Е.Л. Федотова. http://znanium.com .	М.: ИД ФОРУМ: НИЦ ИНФРА-М, 2015	×	да, ЭБС «Znanium»	×	×	1
4	Информационные технологии управления : учебник / Б.В. Черников.	М. : ИД «ФОРУМ» : ИНФРА-М, 2017	×	да, ЭБС http://biblioclub .			1

¹ Контингент студентов приводится при наличии издания в печатном виде; если издание только в ЭБС – контингент студентов не указывается;

² При указании печатных экземпляров издания необходимо учитывать требования ФГОС ВО (основная литература – 0,5 экз. на 1 студента, дополнительная литература – 0,25 экз. на 1 студента);

³ Все перечисленные издания необходимо в первую очередь выбирать из ЭБС;

№п /п	Наименование, автор	Выходные данные	Информация по библиотеке ССЭИ		Количество экземпляров на кафедре (в лаборатории) (шт.)	Численность студентов (чел.) ¹	Показатель обеспеченности студентов литературой: = 1 (при наличии в ЭБС); или =(колонка 4/ колонка 7) (при отсутствии в ЭБС)
			количество печатных экземпляров (шт.) ²	наличие в ЭБС (да/нет), название ЭБС ³			
	— 2-е изд., перераб. и доп. : http://biblioklub.ru			ги			
5	Кузьмина О.Г. Бренд-менеджмент: Учеб. пособие. http://znanium.com .	М.: РИОР: ИНФРА-М, 2017.	×	да, ЭБС «Znanium»			1
	Всего	5					
Дополнительная литература:							
1	Мансуров Р.Е. HR-брендинг. Как повысить эффективность персонала. http://znanium.com .	СПб.: БХВ-Петербург, 2012	×	да, ЭБС «Znanium»	×	×	1
2	Понявина М.Б. Использование современных мобильных технологий в целях повышения лояльности к брендам современных российских компаний http://znanium.com .	Интернет-журнал \"Науковедение\", Вып. 2 (21), 2014	×	да, ЭБС «Znanium»			1
3	Секреты сильного бренда: Как добиться коммерческой уникальности / Дробо К.	М.: Альпина Пабли., 2016.	×	да, ЭБС «Znanium»	×	×	1
4	Теория и практика социокультурного брендинга. Ценностные аспекты создания брендов в социальной сфере/Е.А.Осипова http://znanium.com .	М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015.	×	да, ЭБС «Znanium»	×	×	1
5	Управление персоналом организации: Учебник / Кибанов А.Я., Баткаева И.А., Ивановская Л.В.; Под ред. Кибанов А.Я., - 4-е изд., доп. и перераб http://znanium.com .	М.: НИЦ ИНФРА-М, 2016	×	да, ЭБС «Znanium»	×	×	1
	Всего:	5					

№п /п	Наименование, автор	Выходные данные	Информация по библиотеке ССЭИ		Количество экземпляров на кафедре (в лаборатории) (шт.)	Числен- ность студентов (чел.) ¹	Показатель обеспеченности студентов литературой: = 1 (при наличии в ЭБС); или =(колонка 4/ колонка 7) (при отсутствии в ЭБС)
			количество печатных экземпляров (шт.) ²	наличие в ЭБС (да/нет), название ЭБС ³			
Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы							
1	www.ecsocman.hse.ru						
2	aup.ru						
3	marketing.spb.ru						
4	mevriz.ru						
5	mavriz.ru						
6	expert.ru						

И.о. зав.кафедрой _____



(подпись)

/Л.А.Ольхова/

(Ф.И.О.)