

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)

**Кафедра управления персоналом и психологии**

**АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ 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

## 1. Цель и задачи изучения дисциплины

*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.

*Задачами 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.

## 2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина «HR брендинг» является факультативом вариативной части 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 знаниях следующей дисциплины: «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).

Изучение дисциплины «HR брендинг» не является необходимым для дальнейшего изучения последующих дисциплин.

### **3. Требования к результатам освоения содержания дисциплины «HR брендинг»**

В результате освоения дисциплины должны быть сформированы отдельные компоненты следующих компетенций:

**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.

В результате освоения компетенции **ОПК-10** студент должен:

**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;

**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;

**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.

Вид(ы) деятельности – научно-исследовательская и педагогическая деятельность

**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.

В результате освоения компетенции **ПК-24** студент должен:

**1) Знать:** 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;

**2) Уметь:** 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 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.

#### 4. Содержание дисциплины

№ № п/п	Наименование темы дисциплины	Содержание	Формируемые компетенции
1	<b>Тема 1. HR-брендинг: понятие, содержание</b>	<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).</p> <p>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>	<b>ОПК-10</b>
2	<b>Тема 2. Анализ ключевых факторов стратегии HR-бренда организации</b>	<p>Формирование имиджа компании работодателя: содержание, модели. Технологии персонал-маркетинга в управлении персоналом. Построение имиджевого профиля на основе ребрендинга сайта организации, работа с офлайн-каналами коммуникации. Анализ внешних и внутренних факторов стратегии HR-бренда. Стадии реализации пошаговой стратегии построения и развития HR-бренда.</p> <p>Анализ проблем при построении HR-бренда организации.</p>	<b>ОПК-10</b>
3	<b>Тема 3. HR-брендинг как инновационный способ привлечения и удержания персонала</b>	<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</p>	<b>ПК-24</b>

		<p>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 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	<p>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). 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>	ПК-24

## 5. Формы контроля

*Промежуточная аттестация*

очная форма обучения - в 3 семестре – зачет.

заочная форма обучения – на 2 курсе – зачет.