

Минобрнауки России

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«Оренбургский государственный университет»

Кафедра управления персоналом, сервиса и туризма

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

ДИСЦИПЛИНЫ

«Б1.Д.В.6 HR-брендинг»

Уровень высшего образования

БАКАЛАВРИАТ

Направление подготовки

38.03.03 Управление персоналом
(код и наименование направления подготовки)

Управление персоналом организации

(наименование направленности (профиля) образовательной программы)

Квалификация

Бакалавр

Форма обучения

Очно-заочная

Год набора 2021

Рабочая программа дисциплины «Б1.Д.В.6 HR-брендинг» рассмотрена и утверждена на заседании кафедры

Кафедра управления персоналом, сервиса и туризма
наименование кафедры

протокол № 7 от "01" 02 2021г.

Заведующий кафедрой

Кафедра управления персоналом, сервиса и туризма Е.В. Шестакова
наименование кафедры подпись расшифровка подписи

Исполнители:

Доцент Ситжанова АМ Ситжанова
должность подпись расшифровка подписи

должность подпись расшифровка подписи

СОГЛАСОВАНО:

Председатель методической комиссии по направлению подготовки

38.04.03 Управление персоналом Ж.А. Ермакова
код наименование личная подпись расшифровка подписи

Научный руководитель магистерской программы Ж.А. Ермакова
личная подпись расшифровка подписи

Заведующий отделом комплектования научной библиотеки

Н.Н. Бигалиева
личная подпись расшифровка подписи

Уполномоченный по качеству факультета

Доцент Ю.В. Рожкова
личная подпись расшифровка подписи

№ регистрации _____

© Ситжанова АМ., 2021

© ОГУ, 2021

1 Цели и задачи освоения дисциплины

Цель (цели) освоения дисциплины: 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.

Задачи:

- 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 образовательной программы

Дисциплина относится к обязательным дисциплинам (модулям) вариативной части блока Д «Дисциплины (модули)»

Пререквизиты дисциплины: *Б1.Д.Б.8 Социокультурная коммуникация, Б1.Д.Б.30 Управление организационными изменениями, Б1.Д.Б.34 Цифровые технологии в HR, Б1.Д.В.16 Организационное поведение*

Постреквизиты дисциплины: *Б2.П.В.П.2 Преддипломная практика*

3 Требования к результатам обучения по дисциплине

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих результатов обучения

Код и наименование формируемых компетенций	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций
ПК*-2 ПК-2 Способен к осуществлению кадрового планирования, маркетинга персонала, рекрутинга, HR-брендинга, разработке и реализации стратегии привлечения персонала	ПК*-2-В-3 Имеет целостное представление о возможностях и перспективных направлениях HR-брендинга, владеет методологией, технологиями HR-брендинга с целью привлечения высококвалифицированных специалистов	Знать: <ul style="list-style-type: none">- сущность и содержание кадрового планирования, маркетинга, рекрутинга;- ключевые понятия, цели и задачи HR-брендинга;- стратегию привлечения персонала в организацию Уметь: <ul style="list-style-type: none">- разрабатывать и внедрять политику привлечения, подбора и отбора высококвалифицированного персонала;- разрабатывать и внедрять политику обучения и развития персонала организации; Владеть: <ul style="list-style-type: none">- способностью использования методов и подходов для принятия управленческих решений, связанных с брендом- владеет методологией, технологиями HR-брендинга

4 Структура и содержание дисциплины

4.1 Структура дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы (144 академических часа).

Вид работы	Трудоемкость, академических часов	
	9 семестр	всего
Общая трудоёмкость	144	144
Контактная работа:	32,25	32,25
Лекции (Л)	16	16
Практические занятия (ПЗ)	16	16
Промежуточная аттестация (зачет, экзамен)	0,25	0,25
Самостоятельная работа: - выполнение индивидуального творческого задания (ИТЗ); - самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий); - подготовка к практическим занятиям; - подготовка к рубежному контролю.)	111,75	111,75
Вид итогового контроля (зачет, экзамен, дифференцированный зачет)	диф. зач.	

Разделы дисциплины, изучаемые в 9 семестре

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов			
		всего	аудиторная работа		внеауд. работа
			Л	ПЗ	
1	Понятия HR –бренда и HR –брендинга	36	4	4	28
2	Факторы, влияющие на формирование HR–бренда.	36	4	4	28
3	HR-брендинг как инновационный способ привлечения и удержания персонала	36	4	4	28
4	Технологии оценки эффективности HR-бренда	36	4	4	28
	Итого:	144	16	16	112
	Всего:	144	16	16	112

4.2 Содержание разделов дисциплины

1. Понятия HR –бренда и HR –брендинга

HR-брендинг: ключевые понятия и определения. Цели и задачи работы с брендом работодателя. История развития HR-брендинга в мире, в России. Роль и значение HR-бренда в системе управления персоналом организации. HR-брендинг: элементы и структура Этапы HR-брендинга. Сбор и обработка информации в глобальных компьютерных сетях и локальных корпоративных информационных системах в построении HR-бренда организации.

2. Факторы, влияющие на формирование HR–бренда.

Формирование имиджа компании работодателя: содержание, модели. Технологии персонал-маркетинга в управлении персоналом. Построение имиджевого профиля на основе ребрендинга сайта организации, работа с оффлайн-каналами коммуникации. Анализ внешних и внутренних факторов стратегии HR-бренда. Стадии реализации пошаговой стратегии построения и развития HR-бренда. Анализ проблем при построении HR-бренда организации.

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

Технологии привлечения и удержания персонала: традиционные и современные (с использованием IT-технологий - онлайн-рекрутмент, фриланс). Модель создания и продвижения HR-бренда, модификация для различных условий (создании новой организации, корректировка репутации существующей компании). Инструменты реализации внутреннего и внешнего HR-брендинга. Программы подготовки руководителей, развития лидерства; программы корпоративные университеты, внутренний коучинг); Лучшие практики и типичные ошибки в HR-брендинге. Модель компетенций.

4. Технологии оценки эффективности HR-бренда

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.

4.3 Практические занятия (семинары)

№ занятия	№ раздела	Тема	Кол-во часов
1,2	1	Понятия HR-бренда и HR-брендинга	4
3,4	2	Факторы, влияющие на формирование HR-бренда.	4
5,6	3	HR-брендинг как инновационный способ привлечения и удержания персонала	4
7,8	4	Технологии оценки эффективности HR-бренда	4
		Итого:	16

5 Учебно-методическое обеспечение дисциплины

5.1 Основная литература

1. Кибанов А.Я. Управление социальным развитием и социальная работа с персоналом организации : учебно-практическое пособие: учебное пособие для студентов высших учебных заведений, обучающихся по специальностям "Управление персоналом" и "Менеджмент организации" / под ред. А. Я. Кибанова; Гос. ун-т упр. ; [К. Э. Оксина, Е. В. Розина]. - Москва : Проспект, 2014. - 64 с. : табл. - (Управление персоналом: теория и практика). - На тит. л.: Электронные версии книг на сайте www.prospekt.org - ISBN 978-5-392-10153-5

2. Федорова, Н. В. Управление персоналом организации [Текст] : учебное пособие по специальности "Менеджмент организации" / Н. В. Федорова, О. Ю. Минченкова. - 4-е изд., перераб. и доп. - Москва : КноРус, 2013. - 512 с. - (Бакалавриат). - Прил.: с. 497-509. - Библиогр.: с. 510-512. - ISBN 978-5-85971-946-4.

5.2 Дополнительная литература

1) Абчук, В. А. Методы исследований в менеджменте [Текст] : учебник для студентов высших учебных заведений, обучающихся по направлению 540400 (050400) - Социально-экономическое образование / В. А. Абчук, А. Ф. Борисов, А. В. Воронцов; Рос. гос. пед. ун-т им. А. И. Герцена. - Санкт-Петербург : Росток, 2012. - 480 с. : ил. - Прил.: с. 411-453. - Слов. терминов: с. 454-468. - Библиогр.: с. 469-477. - ISBN 978-5-94668-103-2.

2) Веснин, В. Р. Основы менеджмента [Текст] : учебник / В. Р. Веснин. - Москва : Проспект, 2014. - 306 с. - Слов. терминов: с. 285-300. - ISBN 978-5-392-11696-

3) Шеметов, П. В. Менеджмент: управление организационными системами [Текст] : учебное пособие по специальности "Менеджмент организации" / П. В. Шеметов, Л. Е. Чередникова, С. В. Петухова. - 4-е изд., стер. - Москва : Омега - Л, 2011. - 407 с. : табл. ил. - (Высшая школа менеджмента). - Библиогр. в конце гл. - ISBN 978-5-370-01884-8.

5.3 Периодические издания

- 1 Кадровая служба и управление персоналом предприятия: журнал. - М. : Агентство "Роспечать", 2021.
- 2 Кадровик : журнал. - М. : Агентство "Роспечать", 2021.
- 3 Кадровое дело : журнал. - М. : Агентство "Роспечать", 2021.
- 4 Кадры предприятия : журнал. - М. : Агентство "Роспечать", 2021
- 5 Мировой судья : журнал. - М. : Агентство "Роспечать", 2021
- 6 Право и государство: теория и практика : журнал. - М. : Агентство "Пресса России", 2021.

5.4 Интернет-ресурсы

- 1) <https://openedu.ru/> - «Открытое образование»;
- 2) <https://universarium.org/> - «Универсариум»;
- 3) <https://www.lektorium.tv/> - «Лекториум»;
- 4) <http://www.aup.ru/> Административно-управленческий портал - бизнес-портал предназначен для руководителей, менеджеров, маркетологов, финансистов и экономистов предприятий. Основой портала является электронная библиотека деловой литературы и документов, а также бизнес-форум по различным аспектам теории и практики организации, планирования и управления деятельностью предприятий.
- 5) <http://www.biblioclub.ru> Электронная библиотечная система «Университетская библиотека онлайн» это электронная библиотека, обеспечивающая доступ высших и средних учебных заведений, публичных библиотек и корпоративных пользователей к наиболее востребованным материалам учебной и научной литературы по всем отраслям знаний от ведущих российских издательств. Ресурс содержит учебники, учебные пособия, монографии, периодические издания, справочники, словари, энциклопедии, видео-и аудиоматериалы.

5.5 Программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы современных информационных технологий

1. Операционная система Microsoft Windows
2. Пакет настольных приложений Microsoft Office (Word, Excel, PowerPoint, OneNote, Outlook, Publisher, Access, LibreOffice)
- 3 ГАРАНТ Платформа F1 [Электронный ресурс]: справочно-правовая система. / Разработчик ООО НПП «ГАРАНТ-Сервис», 119992, Москва, Воробьевы горы, МГУ, [1990–2021]. – Режим доступа в сети ОГУ для установки системы: <\\fileserv1\GarantClient\garant.exe>
- 4 КонсультантПлюс [Электронный ресурс]: электронное периодическое издание справочная правовая система. / Разработчик ЗАО «Консультант Плюс», [1992–2021]. – Режим доступа к системе в сети ОГУ для установки системы: <\\fileserv1\CONSULT\cons.exe>

6 Материально-техническое обеспечение дисциплины

Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа, для проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.

Аудитории оснащены комплектами ученической мебели, техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Помещение для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой, подключенной к сети "Интернет", и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду ОГУ.

К рабочей программе прилагаются:

- Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине;
- Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.

