

Частное образовательное учреждение высшего образования  
«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ТЕХНОЛОГИЙ  
УПРАВЛЕНИЯ И ЭКОНОМИКИ»

РАССМОТРЕНО И ОДОБРЕНО

УТВЕРЖДАЮ

На заседании кафедры экономики и  
управления социально-  
экономическими системами  
Протокол № 10 от 25.05.2023 г.

Первый проректор  
С.В. Авдашкевич  
28.06.2023

## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина:	Б1.В.02 HR-брендинг
Направление подготовки:	38.03.03 Управление персоналом
Направленность (профиль):	Управление персоналом организации
Уровень высшего образования:	Бакалавриат
Форма обучения:	очная, заочная, очно-заочная
Разработчики:	Кандидат экономических наук, доцент Афанасьева Т. С.

Санкт-Петербург  
2023

### **1. Цели и задачи дисциплины:**

*Цель освоения дисциплины:*

Целью освоения дисциплины является: формирование у студентов базовых теоретических знаний, необходимых для овладения практическими навыками формирования и продвижения бренда работодателя.

*Задачи дисциплины:*

- формирование теоретических знаний, формирования и продвижения бренда работодателя, развитие практических навыков формирования и продвижения бренда работодателя и оценки эффективности HR-брендинговых проектов.

### **2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы высшего образования**

<b>Планируемые результаты освоения ОП ВО (код и содержание компетенций)</b>	<b>Планируемые результаты обучения по ОП ВО (индикаторы достижения компетенций)</b>	<b>Примечание</b>
ПК-1 Способен определять потребность организации в персонале, осуществлять поиск, привлечение, подбор и отбор персонала	ПК-1.1 Знает общие тенденции на рынке труда и в отдельных отраслях и видах профессиональной деятельности; структуру организации и вакантные должности (профессии, специальности); порядок определения перспективной и текущей потребности в кадрах; источники обеспечения организации кадрами; об организации работ на различных участках производства, организации, отрасли; основы психологии и социологии труда; основы экономики, организации труда и управления; технологии и методики поиска, привлечения, подбора и отбора персонала; системы, методы и формы материального и нематериального стимулирования труда персонала; технологии и методы формирования и контроля бюджетов; технологии, методы и методики проведения анализа и систематизации документов и информации; нормы этики делового общения.	07.003 Профессиональный стандарт «Специалист по управлению персоналом»

<b>Планируемые результаты освоения ОП ВО (код и содержание компетенций)</b>	<b>Планируемые результаты обучения по ОП ВО (индикаторы достижения компетенций)</b>	<b>Примечание</b>
	ПК-1.2 Умеет собирать, анализировать и структурировать информацию об особенностях организации работ на различных участках производства и на конкретных рабочих местах с учетом целей, задач, планов и структуры организации, особенностях и возможностях кадрового потенциала организации, рынка труда, включая предложения от провайдеров услуг по поиску, привлечению, подбору и отбору персонала, информацию о кандидатах и предложениях на рынке труда; формировать требования к вакантной должности (профессии, специальности) и определять критерии подбора персонала; вносить корректирующие сведения в требования к кандидатам на вакантные должности (профессии, специальности); определять критерии поиска, привлечения, подбора и отбора персонала; применять технологии и методики поиска, привлечения, подбора и отбора кандидатов на вакантные должности (профессии, специальности) в соответствии с их спецификой; консультировать по вопросам рынка труда в части обеспечения персоналом и по вопросам привлечения персонала; использовать средства обеспечения персоналом, включая сопровождение; составлять и контролировать статьи расходов на обеспечение персоналом для планирования бюджетов; соблюдать нормы этики делового общения.	

Планируемые результаты освоения ОП ВО (код и содержание компетенций)	Планируемые результаты обучения по ОП ВО (индикаторы достижения компетенций)	Примечание
	<p>ПК-1.3 Способен анализировать: - планы, стратегии и структуру организации, - особенности организации работы и производства на конкретных рабочих местах, - рынок труда по организации работы на аналогичном производстве и рабочих местах, - рынок труда и персонала организации по профилю вакантной должности (профессии, специальности); способен формировать требования к вакантной должности (профессии, специальности) и их коррекции; осуществлять поиск во внутренних и внешних источниках информации о кандидатах, соответствующей требованиям вакантной должности (профессии, специальности); осуществлять выбор способов и методов привлечения персонала в соответствии с утвержденными планами; проверять информацию о кандидатах на вакантные должности (профессии, специальности); способен размещать сведения о вакантной должности (профессии, специальности) в средствах массовой информации; проводить собеседования и встречи с кандидатами на вакантные должности (профессии, специальности) с обеспечением обратной связи; оценивать соответствие кандидатов требованиям вакантной должности (профессии, специальности); способен информировать и консультировать руководителей подразделений и организации по вопросам рынка труда в части обеспечения персоналом и привлечения персонала с оценкой затрат; готовить предложения по формированию бюджета на поиск, привлечение, подбор и отбор персонала.</p>	
ПК-5 Способен разработать и реализовать корпоративную социальную политику	ПК-5.1 Знает структуру, цели, стратегию и кадровую политику организации; вопросы управления социальным развитием организации; методы проведения социологических исследований, изучения общественного мнения; порядок и методы разработки планов и программ социального развития организации; методы анализа выполнения корпоративных социальных программ и определения их экономической эффективности.	07.003 Профессиональный стандарт «Специалист по управлению персоналом»

Планируемые результаты освоения ОП ВО (код и содержание компетенций)	Планируемые результаты обучения по ОП ВО (индикаторы достижения компетенций)	Примечание
	<p>ПК-5.2 Умеет проводить мониторинг успешных корпоративных социальных программ; анализировать рынок услуг по социальным и специализированным программам социальной поддержки членов целевых групп и готовить предложения по их поставщикам; определять целевые группы персонала для разработки специализированных социальных программ; доводить информацию о социальных программах до целевых групп персонала с использованием инструментов внутренних коммуникаций; определять объёмы средств для реализации социальных гарантий, корпоративных льгот и иных элементов корпоративных социальных программ для формирования бюджетов; составлять и контролировать статьи расходов на социальные программы для планирования бюджетов; рассчитывать затраты на проведение специализированных социальных программ; использовать материальные и нематериальные системы, методы и формы мотивации в управлении персоналом; организовывать взаимодействие с государственными органами, профессиональными союзами и другими представительными органами работников, общественными и иными организациями по вопросам реализации корпоративной социальной политики; определять критерии и уровни удовлетворенности персонала; проводить мероприятия в соответствии с корпоративной социальной политикой и определять их эффективность.</p> <p>ПК-5.3 Способен анализировать успешные корпоративные практики по организации социального партнерства, социальной ответственности и социальных программ; разрабатывать корпоративные социальные программы; разрабатывать систему выплат работникам социальных льгот; внедрять корпоративные социальные программы, в том числе по социальной поддержке отдельных групп работников; реализовывать систему социальных льгот, выплат работникам с учетом требований законодательства Российской Федерации; участвовать в подготовке предложений по совершенствованию мероприятий корпоративной социальной политики, по формированию бюджета на реализацию и обеспечение корпоративной социальной политики и социальных программ; организовывать переговоры с профессиональными союзами и другими представительными органами работников, общественными организациями, взаимодействовать с государственными органами; оценивать удовлетворенность персонала корпоративной социальной политикой; оценивать эффективность мероприятий корпоративной социальной политики.</p>	

<b>Планируемые результаты обучения по ОП ВО (индикаторы достижения компетенций)</b>	<b>Планируемые результаты обучения по дисциплине</b>
<p>ПК-1.1. Знает общие тенденции на рынке труда и в отдельных отраслях и видах профессиональной деятельности; структуру организации и вакантные должности (профессии, специальности); порядок определения перспективной и текущей потребности в кадрах; источники обеспечения организации кадрами; об организации работ на различных участках производства, организации, отрасли; основы психологии и социологии труда; основы экономики, организации труда и управления; технологии и методики поиска, привлечения, подбора и отбора персонала; системы, методы и формы материального и нематериального стимулирования труда персонала; технологии и методы формирования и контроля бюджетов; технологии, методы и методики проведения анализа и систематизации документов и информации; нормы этики делового общения.</p>	<p>Знает: основы маркетинга персонала и HR-брендинга, основные технологии формирования и поддержания позитивного имиджа организации как работодателя, элементы бренда организации как работодателя.</p>
<p>ПК-1.2. Умеет собирать, анализировать и структурировать информацию об особенностях организации работ на различных участках производства и на конкретных рабочих местах с учетом целей, задач, планов и структуры организации, особенностях и возможностях кадрового потенциала организации, рынка труда, включая предложения от провайдеров услуг по поиску, привлечению, подбору и отбору персонала, информацию о кандидатах и предложениях на рынке труда; формировать требования к вакантной должности (профессии, специальности) и определять критерии подбора персонала; вносить корректирующие сведения в требования к кандидатам на вакантные должности (профессии, специальности); определять критерии поиска, привлечения, подбора и отбора персонала; применять технологии и методики поиска, привлечения, подбора и отбора кандидатов на вакантные должности (профессии, специальности) в соответствии с их спецификой; консультировать по вопросам рынка труда в части обеспечения персоналом и по вопросам привлечения персонала; использовать средства обеспечения персоналом, включая сопровождение; составлять и контролировать статьи расходов на обеспечение персоналом для планирования бюджетов; соблюдать нормы этики делового общения.</p>	<p>Умеет: определять целевую аудиторию HR-бренда, выделять основные составляющие HR-бренда, определять основные подходы к формированию и поддержанию HR-бренда.</p>

<b>Планируемые результаты обучения по ОП ВО (индикаторы достижения компетенций)</b>	<b>Планируемые результаты обучения по дисциплине</b>
<p>ПК-1.3. Способен анализировать: - планы, стратегии и структуру организации, - особенности организации работы и производства на конкретных рабочих местах, - рынок труда по организации работы на аналогичном производстве и рабочих местах, - рынок труда и персонала организации по профилю вакантной должности (профессии, специальности); способен формировать требования к вакантной должности (профессии, специальности) и их коррекции; осуществлять поиск во внутренних и внешних источниках информации о кандидатах, соответствующей требованиям вакантной должности (профессии, специальности); осуществлять выбор способов и методов привлечения персонала в соответствии с утвержденными планами; проверять информацию о кандидатах на вакантные должности (профессии, специальности); способен размещать сведения о вакантной должности (профессии, специальности) в средствах массовой информации; проводить собеседования и встречи с кандидатами на вакантные должности (профессии, специальности) с обеспечением обратной связи; оценивать соответствие кандидатов требованиям вакантной должности (профессии, специальности); способен информировать и консультировать руководителей подразделений и организации по вопросам рынка труда в части обеспечения персоналом и привлечения персонала с оценкой затрат; готовить предложения по формированию бюджета на поиск, привлечение, подбор и отбор персонала.</p>	<p>Владеет: навыками применения маркетинговых технологий для формирования и поддержания позитивного имиджа организации как работодателя, навыками продвижения бренда работодателя (на рынке труда и внутри компании), навыками проведения маркетинговых исследований в области продвижения бренда.</p>
<p>ПК-5.1. Знает структуру, цели, стратегию и кадровую политику организации; вопросы управления социальным развитием организации; методы проведения социологических исследований, изучения общественного мнения; порядок и методы разработки планов и программ социального развития организации; методы анализа выполнения корпоративных социальных программ и определения их экономической эффективности.</p>	<p>Знает: ключевые понятия, цели и задачи HR-брендинга, специфику запуска и управления проектами по развитию бренда работодателя в компаниях с различной численностью сотрудников, работающих в разных секторах рынка, российских и международных, ключевые риски и основные ошибки в работе с брендом работодателя, которых следует избегать.</p>

<b>Планируемые результаты обучения по ОП ВО (индикаторы достижения компетенций)</b>	<b>Планируемые результаты обучения по дисциплине</b>
<p>ПК-5.2. Умеет проводить мониторинг успешных корпоративных социальных программ; анализировать рынок услуг по социальным и специализированным программам социальной поддержки членов целевых групп и готовить предложения по их поставщикам; определять целевые группы персонала для разработки специализированных социальных программ; доводить информацию о социальных программах до целевых групп персонала с использованием инструментов внутренних коммуникаций; определять объемы средств для реализации социальных гарантий, корпоративных льгот и иных элементов корпоративных социальных программ для формирования бюджетов; составлять и контролировать статьи расходов на социальные программы для планирования бюджетов; рассчитывать затраты на проведение специализированных социальных программ; использовать материальные и нематериальные системы, методы и формы мотивации в управлении персоналом; организовывать взаимодействие с государственными органами, профессиональными союзами и другими представительными органами работников, общественными и иными организациями по вопросам реализации корпоративной социальной политики; определять критерии и уровни удовлетворенности персонала; проводить мероприятия в соответствии с корпоративной социальной политикой и определять их эффективность.</p>	<p>Умеет: выстраивать полный цикл работы с брендом работодателя от определения целей до оценки эффективности, формировать рабочую группу маркетингового проекта, включая взаимодействие с внутренними стейкхолдерами и внешними подрядчиками, определять и реализовывать основные этапы работы с торговыми предложениями работодателей.</p>
<p>ПК-5.3. Способен анализировать успешные корпоративные практики по организации социального партнерства, социальной ответственности и социальных программ; разрабатывать корпоративные социальные программы; разрабатывать систему выплат работникам социальных льгот; внедрять корпоративные социальные программы, в том числе по социальной поддержке отдельных групп работников; реализовывать систему социальных льгот, выплат работникам с учетом требований законодательства Российской Федерации; участвовать в подготовке предложений по совершенствованию мероприятий корпоративной социальной политики, по формированию бюджета на реализацию и обеспечение корпоративной социальной политики и социальных программ; организовывать переговоры с профессиональными союзами и другими представительными органами работников, общественными организациями, взаимодействовать с государственными органами; оценивать удовлетворенность персонала корпоративной социальной политикой; оценивать эффективность мероприятий корпоративной социальной политики.</p>	<p>Владеет: навыками формирования стратегии продвижения HR-бренда, навыками проведения маркетинговых исследований на рынке труда и внутри компании, навыками разработки и создания ценностных предложений работодателя (EVP).</p>

### 3. Содержание, объем дисциплины и формы проведения занятий



№ п/п	Наименование темы дисциплины	Компетенции	Оценочные средства текущего контроля		
			ЗНАТЬ	УМЕТЬ	ВЛАДЕТЬ
			ПК-1.1 ПК-5.1	ПК-1.2 ПК-5.2	ПК-1.3 ПК-5.3
1	HR-брендинг: ключевые понятия и определения.	ПК-1 ПК-5	Деловая и (или) ролевая игра/ Кейс-задача №1 (20)	Деловая и (или) ролевая игра/ Кейс-задача №1 (20)	Деловая и (или) ролевая игра/Кейс-задача №1 (20)
2	Диагностика и аудит бренда работодателя.	ПК-1 ПК-5	Доклад, сообщение/ Реферат №1 (10)	Доклад, сообщение/ Реферат №1 (10)	Деловая и (или) ролевая игра/Кейс-задача №2 (20)
3	Ценностное предложение работодателя (EVP).	ПК-1 ПК-5	Собеседование, опрос/ Контрольная работа №1 (10)	Собеседование, опрос/ Контрольная работа №1 (10)	Деловая и (или) ролевая игра/Кейс-задача №2 (20)
4	Продвижение бренда работодателя на рынке труда.	ПК-1 ПК-5	Деловая и (или) ролевая игра/ Кейс-задача №2 (20)	Деловая и (или) ролевая игра/ Кейс-задача №2 (20)	Деловая и (или) ролевая игра/Кейс-задача №2 (20)
5	Внутреннее продвижение бренда работодателя.	ПК-1 ПК-5	Деловая и (или) ролевая игра/ Кейс-задача №3 (20)	Деловая и (или) ролевая игра/ Кейс-задача №3 (20)	Деловая и (или) ролевая игра/Кейс-задача №3 (20)
6	Оценка эффективности (работы с брендом работодателя)	ПК-1 ПК-5	Деловая и (или) ролевая игра/ Кейс-задача №4 (20)	Деловая и (или) ролевая игра/ Кейс-задача №4 (20)	Деловая и (или) ролевая игра/Кейс-задача №4 (20)
<b>Количество баллов (100 баллов):</b>			100		

Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, курсовая работа
<p><b>Тема 1:</b> HR-брендинг: ключевые понятия и определения. Цели и задачи работы с брендом работодателя. <b>Практические занятия/самостоятельная работа:</b> Ресурсы для работы с брендом работодателя. История развития HR-брендинга в мире, в России. <b>Лабораторная работа:</b> -</p>
<p><b>Тема 2:</b> Диагностика и аудит бренда работодателя. Основные методы исследований. Целевые аудитории. <b>Практические занятия/самостоятельная работа:</b> Методология аудита (качественные/количественные, внутренние/внешние). Анализ основных игроков на рынке аудита бренда работодателя. <b>Лабораторная работа:</b> -</p>
<p><b>Тема 3:</b> Ценностное предложение работодателя (EVP). Основные компоненты ценностного предложения работодателя (EVP): бренд-платформа. Креативная концепция: элементы, ключевые провайдеры. <b>Практические занятия/самостоятельная работа:</b> Ключевые характеристики EVP. Тестирование концепции на выбранной ЦА. <b>Лабораторная работа:</b> -</p>

<b>Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, курсовая работа</b>
<p><b>Тема 4:</b> Продвижение бренда работодателя на рынке труда. Форматы коммуникаций бренда работодателя с целевыми аудиториями. <b>Практические занятия/самостоятельная работа:</b> Основные каналы коммуникаций бренда работодателя с целевыми аудиториями. Оценка эффективности продвижения бренда работодателя на рынке труда. <b>Лабораторная работа:</b> -</p>
<p><b>Тема 5:</b> Внутреннее продвижение бренда работодателя. Аудит HR-процессов и практик. <b>Практические занятия/самостоятельная работа:</b> Форматы и каналы внутреннего продвижения бренда работодателя. Оценка эффективности (внутренние исследования). <b>Лабораторная работа:</b> -</p>
<p><b>Тема 6:</b> Оценка эффективности (работы с брендом работодателя) Ключевые метрики и комплексные исследования в оценке эффективности (работы с брендом работодателя). <b>Практические занятия/самостоятельная работа:</b> Лучшие практики в HR-брендинге. Типичные ошибки в HR-брендинге. <b>Лабораторная работа:</b> -</p>
<p><b>Курсовая работа:</b> не предусмотрено учебным планом</p>

#### *Очная форма обучения*

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр 8
Аудиторные занятия (АЗ):	40	40
Лекционные занятия (Лек)	20	20
Лабораторные занятия (Лаб)	0	0
Практические занятия (Пр)	20	20
Самостоятельная работа студента (СР)	62	62
Курсовая работа	0	0
Другие виды самостоятельной работы*	62	62
Контроль самостоятельной работы (КСР)	6	6
Контактная работа (КоР)	46	46
Форма промежуточной аттестации	0	Экзамен
Подготовка к экзамену и сдача экзамена (СР, КоР)	36	36
Общая трудоемкость дисциплины, часы/ЗЕТ	144/4	144/4

\* Подготовка к аудиторным занятиям, подготовка к зачету (при наличии)

№	Наименование темы дисциплины	Семестр Курс	Количество учебных часов				Практическая подготовка
			В том числе по видам аудиторных занятий			СР	
			Лек	Пр	Лаб		
1	HR-брендинг: ключевые понятия и определения.	8	2	2	0	10	2
2	Диагностика и аудит бренда работодателя.	8	4	4	0	10	4
3	Ценностное предложение работодателя (EVP).	8	4	4	0	10	4
4	Продвижение бренда работодателя на рынке труда.	8	4	4	0	10	4
5	Внутреннее продвижение бренда работодателя.	8	4	4	0	10	4
6	Оценка эффективности (работы с брендом работодателя)	8	2	2	0	12	2
Итого:			20	20	0	62	20

\* Практическая подготовка при реализации дисциплин организована путем проведения практических занятий и (или) выполнения лабораторных и (или) курсовых работ и предусматривает выполнение работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

#### *Заочная форма обучения*

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр 9
Аудиторные занятия (АЗ):	12	12
Лекционные занятия (Лек)	4	4
Лабораторные занятия (Лаб)	0	0

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр 9
Практические занятия (Пр)	8	8
Самостоятельная работа студента (СР)	117	117
Курсовая работа	0	0
Другие виды самостоятельной работы*	117	117
Контроль самостоятельной работы (КСР)	6	6
Контактная работа (КоР)	18	18
Форма промежуточной аттестации	0	Экзамен
Подготовка к экзамену/зачету и сдача экзамена/зачета (СР, КоР)	9	9
Общая трудоемкость дисциплины, часы/ЗЕТ	144/4	144/4

\* Подготовка к аудиторным занятиям

№	Наименование темы дисциплины	Семестр/ Курс	Количество учебных часов				Практическая подготовка
			В том числе по видам аудиторных занятий			СР	
			Лек	Пр	Лаб		
1	HR-брендинг: ключевые понятия и определения.	9	2	0	0	20	2
2	Диагностика и аудит бренда работодателя.	9	0	2	0	20	4
3	Ценностное предложение работодателя (EVP).	9	2	0	0	20	4
4	Продвижение бренда работодателя на рынке труда.	9	0	2	0	20	4
5	Внутреннее продвижение бренда работодателя.	9	0	2	0	20	4
6	Оценка эффективности (работы с брендом работодателя)	9	0	2	0	17	2
Итого:			4	8	0	117	20

\* Практическая подготовка при реализации дисциплин организована путем проведения практических занятий и (или) выполнения лабораторных и (или) курсовых работ и (или) путем выделения часов из часов, отведенных на самостоятельную работу, и предусматривает выполнение работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

### Очно-заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр 9
Аудиторные занятия (АЗ):	20	20
Лекционные занятия (Лек)	10	10
Лабораторные занятия (Лаб)	0	0
Практические занятия (Пр)	10	10
Самостоятельная работа студента (СР)	84	84
Курсовая работа	0	0
Другие виды самостоятельной работы*	84	84
Контроль самостоятельной работы (КСР)	4	4
Контактная работа (КоР)	24	24
Форма промежуточной аттестации	0	Экзамен
Подготовка к экзамену и сдача экзамена (СР, КоР)	36	36
Общая трудоемкость дисциплины, часы/ЗЕТ	144/4	144/4

\* Подготовка к аудиторным занятиям, подготовка к зачету (при наличии)

№	Наименование темы дисциплины	Семестр/ Курс	Количество учебных часов				Практическая подготовка
			В том числе по видам аудиторных занятий			СР	
			Лек	Пр	Лаб		
1	HR-брендинг: ключевые понятия и определения.	9	2	0	0	14	2
2	Диагностика и аудит бренда работодателя.	9	2	2	0	14	4
3	Ценностное предложение работодателя (EVP).	9	2	2	0	14	4
4	Продвижение бренда работодателя на рынке труда.	9	2	2	0	14	4
5	Внутреннее продвижение бренда работодателя.	9	2	2	0	14	4
6	Оценка эффективности (работы с брендом работодателя)	9	0	2	0	14	2
Итого:			10	10	0	84	20

\* Практическая подготовка при реализации дисциплин организована путем проведения практических занятий

и (или) выполнения лабораторных и (или) курсовых работ и (или) путем выделения часов из часов, отведенных на самостоятельную работу, и предусматривает выполнение работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

#### **4. Способ реализации дисциплины**

Без использования онлайн-курса.

#### **5. Учебно-методическое обеспечение дисциплины:**

*Основная литература:*

1. УПРАВЛЕНИЕ ЧЕЛОВЕЧЕСКИМИ РЕСУРСАМИ: СОВРЕМЕННЫЙ ПОДХОД. Учебник и практикум для вузов / Горелов Н. А., Круглов Д. В., Мельников О. Н. ; Под ред. Горелова Н.А. - Санкт-Петербургский государственный экономический университет (г. Санкт-Петербург), 2023 г. - 270 с. - ISBN 978-5-534-00650-6 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/upravlenie-chelovecheskimi-resursami-sovremennyy-podhod-512228>

2. УПРАВЛЕНИЕ ЧЕЛОВЕЧЕСКИМИ РЕСУРСАМИ 2-е изд., пер. и доп. Учебник для вузов / Под ред. Максимцева И.А., Горелова Н.А. - Санкт-Петербургский государственный экономический университет (г. Санкт-Петербург), 2023 г. - 467 с. - ISBN 978-5-534-99951-8 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/upravlenie-chelovecheskimi-resursami-510775>

3. ПСИХОЛОГИЧЕСКАЯ ОЦЕНКА ПЕРСОНАЛА 2-е изд., испр. и доп. Учебное пособие для вузов / Мехтиханова Н. Н. - Ярославский государственный университет имени П.Г. Демидова (г. Ярославль), 2023 г. - 195 с. - ISBN 978-5-534-11810-0 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/psihologicheskaya-ocenka-personala-517572>

*Дополнительная литература:*

1. БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТ. БРЕНДИНГ И РАБОТА С ПЕРСОНАЛОМ 2-е изд., испр. и доп. Учебное пособие для вузов / Тульчинский Г. Л., Терентьева В. И. - Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики» (г. Москва); Санкт-Петербургский государственный университет (г. Санкт-Петербург), 2023 г. - 255 с. - ISBN 978-5-534-05503-0 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/brend-menedzhment-brening-i-rabota-s-personalom-510076>

2. БРЕНДИНГ 2-е изд., испр. и доп. Учебник и практикум для вузов / Домнин В. Н. - Санкт-Петербургский государственный экономический университет (г. Санкт-Петербург), 2023 г. - 493 с. - ISBN 978-5-534-13539-8 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/brending-511517>

3. БРЕНДИНГ. Учебник для бакалавров для вузов / Чернышева А. М., Якубова Т. Н. - Российский университет дружбы народов (г. Москва), 2023 г. - 504 с. - ISBN 978-5-9916-2979-9 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/brending-510075>

#### **6. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения**

1. Антивирусное программное обеспечение
2. LMS Moodle
3. Операционная система
4. Вебинарная платформа
5. Пакет прикладных офисных программ

#### **7. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», информационных справочных систем и профессиональных баз данных, необходимых для освоения дисциплины**

1. ibooks.ru : электронно-библиотечная система [Электронный ресурс] : профессиональная база данных. - Режим доступа: <https://ibooks.ru>. - Текст: электронный
2. Электронно-библиотечная система СПБУТУиЭ : электронно-библиотечная система

[Электронный ресурс] : профессиональная база данных. - Режим доступа: <http://libume.ru>. - Текст: электронный

3. Юрайт : электронно-библиотечная система [Электронный ресурс] : профессиональная база данных. - Режим доступа: <https://urait.ru>. - Текст: электронный

4. eLibrary.ru : научная электронная библиотека [Электронный ресурс] : профессиональная база данных. - Режим доступа: <http://elibrary.ru>. - Текст: электронный

5. Архив научных журналов НЭИКОН [Электронный ресурс] : профессиональная база данных. - Режим доступа: [arhiv.naicon.ru](http://arhiv.naicon.ru). - Текст: электронный

6. КиберЛенинка : научная электронная библиотека [Электронный ресурс] : информационная справочная система. - Режим доступа: <http://cyberleninka.ru>. - Текст: электронный

7. Лань : электронно-библиотечная система [Электронный ресурс] : профессиональная база данных. - Режим доступа: <https://e.lanbook.com>. - Текст: электронный

8. Корпоративный менеджмент [Электронный ресурс] : информационная справочная система . - Режим доступа: <https://www.cfin.ru>. - Текст: электронный

9. HR-tv.ru [Электронный ресурс] : информационная справочная система . - Режим доступа: <https://thehrd.ru/>. - Текст: электронный

10. Управление производством [Электронный ресурс] : информационная справочная система . - Режим доступа: <http://www.up-pro.ru>. - Текст: электронный

11. Executive.ru: профессиональная база данных . - Режим доступа: <https://www.e-executive.ru>. - Текст: электронный

12. Экономика. Социология. Менеджмент: федеральный образовательный портал: профессиональная база данных. - Режим доступа: <http://ecsocman.hse.ru/>. - Текст: электронный

13. Министерство труда и социальной защиты Российской Федерации: профессиональная база данных. - Режим доступа: <https://mintrud.gov.ru>. - Текст: электронный

14. Федеральная служба по труду и занятости: профессиональная база данных . - Режим доступа: <https://www.rostrud.ru>. - Текст: электронный

## **8. Материально-техническое обеспечение дисциплины**

1. Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа - практических занятий, для групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оборудованная: рабочими местами для обучающихся, оснащенными специальной мебелью; рабочим местом преподавателя, оснащенным специальной мебелью, персональным компьютером с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступом к электронной информационно-образовательной среде Университета; техническими средствами обучения - мультимедийным оборудованием (проектор, экран, колонки) и маркерной доской; лицензионным программным обеспечением

2. При применении электронного обучения, дистанционных образовательных технологий используются: виртуальные аналоги учебных аудиторий - вебинарные комнаты на вебинарных платформах, рабочее место преподавателя, оснащенное персональным компьютером (планшет, мобильное устройство) с возможностью подключения к сети «Интернет», доступом к электронной информационно-образовательной среде Университета и к информационно-образовательному portalу Университета [imeos.ru](http://imeos.ru), веб-камерой, микрофоном и гарнитурой (в т.ч. интегрированными в устройства), программным обеспечением; рабочее место обучающегося оснащено персональным компьютером (планшет, мобильное устройство) с возможностью подключения к сети «Интернет», доступом к электронной информационно-образовательной среде Университета и к информационно-образовательному portalу Университета [imeos.ru](http://imeos.ru), веб-камерой, микрофоном и гарнитурой (в т.ч. интегрированными в устройства). Авторизация на информационно-образовательном portalе Университета [imeos.ru](http://imeos.ru) и начало работы осуществляются с использованием персональной учетной записи (логина и пароля). Лицензионное программное обеспечение

3. Помещение для самостоятельной работы, оборудованное специальной мебелью, персональными компьютерами с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступом к электронной информационно-образовательной среде Университета, лицензионным программным обеспечением

### 9. Оценочные материалы по дисциплине

Описание оценочных средств (показатели и критерии оценивания, шкалы оценивания) представлено в приложении к основной профессиональной образовательной программе «Каталог оценочных средств текущего контроля и промежуточной аттестации».

Процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности приводятся в соответствующих методических материалах и локальных нормативных актах Университета.

Для оценивания учебных достижений студентов в Университете действует балльно-рейтинговая система.

Если оценка, соответствующая набранной в семестре сумме рейтинговых баллов, удовлетворяет студента, то она является итоговой оценкой по дисциплине при проведении промежуточной аттестации в форме экзамена/зачета с оценкой/зачета.

Условием сдачи экзамена/зачета с оценкой/зачета с целью повышения итоговой оценки по дисциплине является сдача студентом экзамена, за который он получает экзаменационные баллы без учета баллов, полученных за текущий контроль:

#### Шкала оценивания учебных достижений по дисциплине, завершающейся зачетом без оценки

Баллы по дисциплине	60 и менее		61-73		74-90		91-100
Итоговая оценка по дисциплине	Незачет		Зачет				
Баллы в международной шкале ECTS с буквенным обозначением уровня	50 и менее	51-60	61-67	68-73	74-83	84-90	91-100
	F	Fx	E	D	C	B	A
Уровень сформированности компетенций	Не сформированы		Пороговый		Высокий		Повышенный

#### Шкала оценивания учебных достижений по дисциплине, завершающейся экзаменом/зачетом с оценкой

Баллы по дисциплине	60 и менее		61-73		74-90		91-100
Итоговая оценка по дисциплине	Неудовлетворительно		Удовлетворительно		Хорошо		Отлично
Баллы в международной шкале ECTS с буквенным обозначением уровня	<50	51-60	61-67	68-73	74-83	84-90	91-100
	F	Fx	E	D	C	B	A
Уровень сформированности компетенций	Не сформированы		Пороговый		Высокий		Повышенный

### 9.1. Типовые контрольные задания для текущего контроля

#### Деловая и (или) ролевая игра/Кейс-задача №1

В компании "Лагуна" ведется системная работа с персоналом. Ежегодно проходят исследования, которые позволяют оценить ситуацию в компании с точки зрения сотрудников. В компании работают в основном сотрудники в возрасте от 25 до 53 лет, из которых 45% женщины. При этом результаты исследования остаются низкими, а сотрудники по-прежнему не довольны своими условиями работы. К самому исследованию сотрудники относятся скептически, говоря, что независимо от его результатов в компании ничего не изменится.

Предложите:

- 1 Эффективную методику оценки бренда работодателя.
- 2 Направления/инструменты HR-брендинга для совершенствования работы организации.

### **Собеседование, опрос/Контрольная работа №1**

- 1) HR-бренд компании как инструмент подбора, найма персонала.
- 2) Имидж компании в глазах сотрудников организации и потенциальных кандидатов, его составляющие, факторы репутации хорошего работодателя.
- 3) Функции HR-брендинга.
- 4) Инструменты HR-брендинга.
- 5) Ценностные основания HR-брендинга.

### **Доклад, сообщение/Реферат №1**

1. Корпоративная культура и ее роль в формировании HR-бренда.
2. Мотивация и ее роль в формировании HR-бренда.
3. Возможности самореализации персонала и их место в формировании HR-бренда.
4. Критерии результативности формирования HR-бренда.
5. Факторы формирования HR-бренда.
6. Методы работы администрации с сотрудниками, увольняющимися по собственному желанию.
7. Программа работ администрации при высвобождении персонала по инициативе работодателя.
8. Методы работы администрации при подготовке сотрудников к выходу на пенсию.

### **Деловая и (или) ролевая игра/Кейс-задача №2**

Выберите компанию на местном рынке (г. Санкт-Петербург)

Проанализируйте указанные ниже факторы построения HR-бренда на примере конкретной организации или предприятия. Обозначьте сильные (достижения и успехи организации по этому направлению работы с персоналом) и слабые (уязвимые места, возможности развития) стороны в представленности данных факторов в деятельности этой организации.

### **Деловая и (или) ролевая игра/Кейс-задача №3**

Напишите как выглядит стратегический план коммуникаций. Перечислите все возможные каналы продвижения выбранного HR – бренда.

## **Деловая и (или) ролевая игра/Кейс-задача №4**

Красивое современное здание в центре Санкт-Петербурга, прекрасный вид из окна, большие просторные комнаты и пять минут до метро, а для владельцев автомобилей – большая стоянка. Мечта, а не бизнес-центр. Компания «Комби» снимала там помещение уже в течение трех лет, и сотрудники любили свой офис и гордились им. Но пришел кризис, и офис стал компании не по карману. Разговоры о необходимости смены помещения начались еще прошлой осенью, но сотрудники постепенно к ним привыкли и всерьез не принимали. Раз никаких активных действий не предпринимается, может, пронесет? Нет, не пронесло. Одним прекрасным утром генеральный директор собрала коллектив и объявила: «Все вы, конечно, знаете про кризис, про тяжелую экономическую ситуацию... К сожалению, она не обошла стороной и нашу компанию. Поэтому мы вынуждены отказаться от этого помещения и переехать на новое место. И с понедельника приступаем к работе в новом офисе, расположенном на 6-м километре КАД. Это современный бизнес-центр со всеми удобствами. Вот адрес. Прошу вас за оставшиеся дни собрать свои личные вещи, коробки можно будет взять у наших хозяйственников. Перевозом займется специальная фирма.

Надеюсь, что на новом месте нам будет так же хорошо и плодотворно работать, как и здесь». Однако сотрудникам новости не понравились: все 10 ключевых работников головного офиса к концу недели положили генеральному директору на стол заявление об уходе. Объяснение было одинаковым: «Ездить за КАД на работу мы не готовы. Это далеко и неудобно. Посчитайте, сколько времени у нас будет уходить на дорогу?!»

Вопросы:

В чем, на ваш взгляд, причина такого поведения?

Какие действия целесообразно предпринять администрации компании с точки зрения HR-брендинга?

### **9.2. Примерный перечень тем курсовой работы**

Не предусмотрено учебным планом

### **9.3. Типовые контрольные задания для промежуточной аттестации: экзамен**

#### **Примерный перечень теоретических вопросов к экзамену (Вопрос №1)**

- 1 Понятие HR-бренда.
- 2 Анализ зарубежных и отечественных практик реализации HR-бренда
- 3 Значение HR-бренда в системе HR-менеджмента.
- 4 Структура HR-брендинга, краткая характеристика.
- 5 Использование IT-технологий в построении HR-бренда организации (офлайн, онлайн).
- 6 Анализ моделей формирования имиджа компании работодателя на примере конкретной организации.
- 7 Использование инструментария персонал-маркетинга в организации.
- 8 Понятие ребрендинга организации. Корректировка информационного наполнения сайтов
- 9 Внешние и внутренние факторы стратегии HR-бренда.
- 10 Типичные ошибки при построении HR-бренда организации.

#### **Примерный перечень теоретических вопросов к экзамену (Вопрос №2)**



- 1 Традиционные и современные технологии привлечения персонала с использованием ИТ технологий.
- 2 Модель создания и продвижения HR-бренда организации.
- 3 Инструменты реализации внутреннего HR-брендинга.
- 4 Инструменты реализации внешнего HR-брендинга.
- 5 PR-мероприятия, нацеленные на улучшение имиджа и репутации компании.
- 6 Показатели оценки HR-бренда компании.
- 7 Повышение уровня лояльности сотрудников за счет инструментария HR-бренда
- 8 Методы оценки эффективности HR-бренда организации (социальный и экономический эффект).
- 9 Источники информации оценки HR-бренда.
- 10 Технологии развития HR-бренда за счет активного использования различных HR проектов.
- 11 Разработка и внедрение сильного HR-бренда компании: преимущества.

### Примерный перечень практических заданий к экзамену (Вопрос №3)

- 1 Выделите целевые аудитории в HR-брендинге
- 2 Проанализируйте EVP компании
- 3 Составьте карту пути сотрудника «Employee Journey Map»
- 4 Сформируйте этапы анализа HR-бренда
- 5 Представьте этапы формирования HR-бренда
- 6 Сформируйте систему показателей эффективности HR-бренда

Раздел билета	Компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Количество баллов
Вопрос №1 Теоретический вопрос (проверяет знания («знать»), сформированные дисциплиной)	ПК-1 ПК-5	Знает: основы маркетинга персонала и HR-брендинга, основные технологии формирования и поддержания позитивного имиджа организации как работодателя, элементы бренда организации как работодателя. Знает: ключевые понятия, цели и задачи HR-брендинга, специфику запуска и управления проектами по развитию бренда работодателя в компаниях с различной численностью сотрудников, работающих в разных секторах рынка, российских и международных, ключевые риски и основные ошибки в работе с брендом работодателя, которых следует избегать.	30
Вопрос №2 Теоретический вопрос (проверяет знания («знать»), сформированные дисциплиной)	ПК-1 ПК-5	Знает: основы маркетинга персонала и HR-брендинга, основные технологии формирования и поддержания позитивного имиджа организации как работодателя, элементы бренда организации как работодателя. Знает: ключевые понятия, цели и задачи HR-брендинга, специфику запуска и управления проектами по развитию бренда работодателя в компаниях с различной численностью сотрудников, работающих в разных секторах рынка, российских и международных, ключевые риски и основные ошибки в работе с брендом работодателя, которых следует избегать.	30

38.03.03 Управление персоналом, направленность (профиль) "Управление персоналом организации"

Рабочая программа дисциплины

Дисциплина: Б1.В.02 HR-брендинг

Форма обучения: очная, заочная, очно-заочная

Разработана для приема 2023/2024 учебного года

<b>Раздел билета</b>	<b>Компетенции</b>	<b>Планируемые результаты обучения по дисциплине</b>	<b>Количество баллов</b>
Вопрос №3 Практическое задание (проверяет умения («уметь»), проверяет практические навыки («владеть»), сформированные дисциплиной)	ПК-1 ПК-5	Умеет: определять целевую аудиторию HR-бренда, выделять основные составляющие HR-бренда, определять основные подходы к формированию и поддержанию HR-бренда. Владеет: навыками применения маркетинговых технологий для формирования и поддержания позитивного имиджа организации как работодателя, навыками продвижения бренда работодателя (на рынке труда и внутри компании), навыками проведения маркетинговых исследований в области продвижения бренда. Умеет: выстраивать полный цикл работы с брендом работодателя от определения целей до оценки эффективности, формировать рабочую группу маркетингового проекта, включая взаимодействие с внутренними стейкхолдерами и внешними подрядчиками, определять и реализовывать основные этапы работы с торговыми предложениями работодателей. Владеет: навыками формирования стратегии продвижения HR-бренда, навыками проведения маркетинговых исследований на рынке труда и внутри компании, навыками разработки и создания ценностных предложений работодателя (EVP).	40