



**УТВЕРЖДАЮ**  
Заместитель директора Ур СЭИ (филиал)  
ОУП ВО «АТИСО» по УВР

О.В. Зубкова

« 29 » июня 2021 г.

## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

### HR-БРЕНДИНГ

**Направление подготовки**  
42.03.01. Реклама и связи с общественностью  
(код и наименование направления подготовки)

**Направленность (профиль)**  
Реклама и связи с общественностью

Квалификация выпускника  
бакалавр  
(бакалавр, магистр)

Кафедра: Менеджмента и управления персоналом

**Разработчики программы:**

Старший преподаватель З.С. Шамигулова

Программа обсуждена на заседании кафедры МиУП  
протокол № 8 от «28» мая 2021 г.

Заведующий кафедрой МиУП

Е.В. Маскайкина

«28» мая 2021 г.

## Оглавление

|     |                                                                                                                                               |                                 |
|-----|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------|
| 1.  | ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)                                                                                                    | Ошибка! Закладка не определена. |
| 2.  | ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) .....                                                                                   | 3                               |
| 2.1 | Планируемые результаты обучения по дисциплине .....                                                                                           | 3                               |
| 2.2 | Результаты освоения образовательной программы: .....                                                                                          | 3                               |
| 3.  | МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ .....                                                                         | 4                               |
| 4.  | ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ .....                                                                                         | 4                               |
| 5.  | СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) .....                                                                                                          | 4                               |
| 5.1 | Содержание дисциплины (модуля) .....                                                                                                          | 4                               |
| 5.2 | Разделы/темы дисциплины, их трудоемкость и виды занятий .....                                                                                 | 6                               |
| 6.  | ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ) .....                                 | 7                               |
| 7.  | ОСНОВНАЯ И ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ УЧЕБНАЯ ЛИТЕРАТУРА .....                                                                                            | 7                               |
| 8.  | ПЕРЕЧЕНЬ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ, ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ И ИНТЕРНЕТ - РЕСУРСОВ, НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) ..... | 8                               |
| 9.  | ТРЕБОВАНИЯ К МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОМУ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОМУ ОБЕСПЕЧЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) .....                                            | 8                               |
| 10. | ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ .....                                                                                                              | 9                               |

**1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)****Цель:**

сформировать у студентов базовые теоретические знания, необходимые для овладения практическими навыками формирования и продвижения бренда работодателя.

**Задачи:**

- изучить понятия HR-бренда и HR-брендинга, факторы, влияющие на формирование HR – бренда;
- изучить основы и практики диагностики или аудита бренда работодателя;
- изучить специфику продвижения бренда работодателя на рынке труда и внутреннего продвижения бренда работодателя;
- изучить технологии оценки эффективности HR- бренда;
- сформировать практические навыки формирования и продвижения бренда работодателя.

**2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)****2.1 Планируемые результаты обучения по дисциплине**

Изучение дисциплины «HR-брендинг» направлено на формирование следующих компетенций:

**профессиональных компетенций и индикаторов их достижения:**

| Категория (группа) профессиональных компетенций                                                                                                                                     | Код и наименование профессиональной компетенции                                                                                                     | Код и наименование индикатора достижений профессиональной компетенции                                                                                                                                                                                                                  |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Организация процесса создания коммуникационного продукта                                                                                                                            | ПКО-1. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий                                                          | ПКО-1.2. Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии<br>ПКО-1.3. Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры                                |
| Осуществление авторской деятельности по созданию текста рекламы / связей с общественностью и и(или) иного коммуникационного продукта с учетом специфики разных каналов коммуникации | ПКО-2. Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта | ПКО-2.2. Создает информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта<br>ПКО-2.3. Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR- кампании |

**2.2. Результаты освоения образовательной программы:**

В результате изучения дисциплины студент должен:

**Знать:**

- 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 характерные ошибки в работе с брендом работодателя, которых следует избегать.

*Уметь:*

- выстраивать полный цикл работы с брендом работодателя от определения целей до оценки эффективности;
- формировать рабочую группу проекта, включая взаимодействие с внутренними стейкхолдерами и внешними подрядчиками;
- определять необходимый минимум и оптимум необходимых исследований;
- определять и реализовывать основные этапы работы с ценностным предложением работодателя (EVP);
- формировать стратегию продвижения бренда работодателя (на рынке труда и внутри компании);
- выделять основные метрики оценки эффективности работы с брендом работодателя, собирать и анализировать данные для такой оценки.

*Владеть:*

- навыками использования современных инструментов, применяемых при проведении полного цикла работ по управлению брендом работодателя.

### 3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Согласно ФГОС и ОПОП по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью дисциплина «HR-брендинг» относится к дисциплинам по выбору (**Б1.В.ДВ.03.01**).

Изучение курса базируется на знаниях следующих дисциплин: «Основы менеджмента организации», «Создание и управление репутацией бренда компании» предшествует дисциплинам «Проектное управление», прохождению производственной практики.

### 4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

| Объем дисциплины                                                                         | Всего часов              |                            |
|------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|----------------------------|
|                                                                                          | Для очной формы обучения | Для заочной формы обучения |
| <b>Общая трудоемкость дисциплины (зачетных единиц/часов)</b>                             | 2/72                     |                            |
| <b>Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) (всего)</b> | 38                       |                            |
| в том числе:                                                                             | -                        |                            |
| Лекции                                                                                   | 18                       |                            |
| Семинары, практические занятия                                                           | 18                       |                            |
| Контактная работа на зачете                                                              | 2                        |                            |
| <b>Самостоятельная работа обучающегося (всего)</b>                                       | 34                       |                            |
| Вид промежуточной аттестации (зачет)                                                     | Зачет(0)                 |                            |

### 5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

#### 5.1 Содержание дисциплины (модуля)

Тема 1. Понятия HR-бренда и HR-брендинга

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. HR- брендинг: элементы и структура (ценности организации; традиции; культура взаимоотношений внутренние коммуникации; имеющиеся компетенции персонала; стиль управления; возможности профессионального развития и карьерного роста. Сбор и обработка информации в глобальных компьютерных сетях и локальных корпоративных информационных системах в построении HR-бренда организации.

#### Тема 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 офлайн-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.

#### Тема 3. Ресурсы для работы с брендом работодателя

Бюджет. Стейкхолдеры. Место в организационной структуре (основные примеры, типы). Формирование рабочих групп. Кросс-функциональное взаимодействие. Взаимодействие с подрядчиками

#### Тема 4. Диагностика или аудит бренда работодателя.

Основные методы исследований: Целевые аудитории; Методология (качественные/количественные, внутренние/внешние); Основные игроки на рынке.

#### Тема 5. Ценностное предложение работодателя (EVP), бренд-платформа, креативная концепция

Основные компоненты. Ключевые характеристики EVP. Тестирование концепции на ЦА. Креативная концепция: элементы, ключевые провайдеры.

#### Тема 6. Продвижение бренда работодателя на рынке труда

Форматы коммуникаций. Основные каналы. Оценка эффективности.

#### Тема 7. Внутреннее продвижение бренда работодателя

Аудит HR-процессов и практик. Форматы. Каналы. Оценка эффективности (внутренние исследования).

#### Тема 8. Управление вовлеченностью сотрудников

Формирование внутреннего кадрового резерва; программы профессионального развития; программы управления карьерой; внутренние PR-мероприятия; формирование механизмов эффективной ротации кадров; работа с увольняющимися сотрудниками; программы поддержки новых сотрудников; развитие корпоративных СМИ; программы внутреннего брендинга; совершенствование системы аттестации персонала; мотивационные программы; программы поддержания лояльности сотрудников (в особенности талантливых топ-менеджеров и специалистов).

#### Тема 9. 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.

## 5.2 Разделы/темы дисциплины, их трудоемкость и виды занятий

**Общая трудоемкость изучения дисциплины по учебному плану: 3.Е. (часов) 2/72**

Форма обучения Очная

Вид контроля

Зачет

| №<br>п/<br>п | Название<br>раздела,<br>темы                                                     | Очная форма обучения |                    |                     |                      |                        |                | Компетенции | Литература |
|--------------|----------------------------------------------------------------------------------|----------------------|--------------------|---------------------|----------------------|------------------------|----------------|-------------|------------|
|              |                                                                                  | Всего                | Аудиторные занятия |                     |                      | Самостоятельная работа | КтЗа, Контроль |             |            |
|              |                                                                                  |                      | Лекции             | Лабораторные работы | Практические занятия |                        |                |             |            |
| 1            | Понятия HR-бренда и HR-брендинга                                                 | 8                    | 2                  |                     | 2                    | 4                      |                | ПКО-1,2     | Л.1-6      |
| 2            | Факторы, влияющие на формирование HR – бренда                                    | 8                    | 2                  |                     | 2                    | 4                      |                | ПКО-1,2     | Л.1-6      |
| 3            | Ресурсы для работы с брендом работодателя                                        | 8                    | 2                  |                     | 2                    | 4                      |                | ПКО-1,2     | Л.1-6      |
| 4            | Диагностика или аудит бренда работодателя                                        | 8                    | 2                  |                     | 2                    | 4                      |                | ПКО-1,2     | Л.1-6      |
| 5            | Ценностное предложение работодателя (EVP), бренд-платформа, креативная концепция | 8                    | 2                  |                     | 2                    | 4                      |                | ПКО-1,2     | Л.1-6      |
| 6            | Продвижение бренда работодателя на рынке труда                                   | 8                    | 2                  |                     | 2                    | 4                      |                | ПКО-1,2     | Л.1-6      |
| 7            | Внутреннее продвижение бренда работодателя                                       | 8                    | 2                  |                     | 2                    | 4                      |                | ПКО-1,2     | Л.1-6      |
| 8            | Управление вовлеченностью сотрудников                                            | 8                    | 2                  |                     | 2                    | 4                      |                | ПКО-1,2     | Л.1-6      |
| 9            | Технологии оценки эффективности HR-бренда                                        | 6                    | 2                  |                     | 2                    | 2                      |                | ПКО-1,2     | Л.1-6      |
|              | Зачет                                                                            | 2                    |                    |                     |                      |                        | 2              |             |            |
|              | Всего часов                                                                      | 72                   | 18                 |                     | 18                   | 34                     | 2              |             |            |
|              | Зачетные единицы                                                                 | 2                    |                    |                     |                      |                        |                |             |            |

**Форма контроля: зачет**

## **6. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)**

Самостоятельная работа студентов включает следующие ее виды:

- изучение тем самостоятельной подготовки по учебно-тематическому плану;
- самоподготовка к практическим и другим видам занятий – расчетно-аналитическая работа по индивидуальному учебному заданию;
- самостоятельная работа студентов при подготовке к экзамену.

Эти виды работ предполагают:

- самостоятельную работу студента в библиотеке;
- изучение материалов специализированных сайтов по темам дисциплины в сети Интернет;
- изучение электронных учебных материалов (электронных учебников, методических материалов, представленных на сайте УрСЭИ), программных компьютерных программ;

Задания для самостоятельной работы студентов включают в себя:

- выполнение тестовых заданий, размещенных в программной оболочке Moodle – по темам, вынесенным на самостоятельное изучение;
- выполнение практических заданий в индивидуальном учебном задании;
- подготовка докладов по отдельным вопросам курса.

Указания и задания по самостоятельной работе выдаются на практических занятиях с учетом индивидуального уровня освоения материала студентом.

Самостоятельная работа по дисциплине «HR-брендинг» включает самостоятельное изучение тем:

1. Взаимосвязь организационной культуры и HR- бренда.
2. Типология организационных культур
3. Программы подготовки руководителей, развития лидерства; программы обучения (наставничество, корпоративные университеты, центры и школы, внутренний коучинг)
4. Понятие корпоративной социальной ответственности.
5. Влияние КСО на формирование имиджа работодателя.
6. Лучшие практики и типичные ошибки в HR-брендинге.
7. Шесть признаков хорошего EVP.
8. Продвижение HR-бренда с помощью рекламы.

## **7. ОСНОВНАЯ И ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ УЧЕБНАЯ ЛИТЕРАТУРА**

### **Основная литература**

1. Чернатони Лесли. Брендинг. Как создать мощный бренд: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям 080111 «Маркетинг», 080300 «Коммерция», 070801 «Реклама» / Лесли Чернатони де, МакДональд Малькольм; перевод Б. Л. Ерёмин. — Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 559 с. — ISBN 5-238-00894-5. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/71210.html> — Режим доступа: для авторизир. пользователей

2. Епишкин, И.А. Стратегия управления человеческими ресурсами: учебное пособие / И.А. Епишкин, С.А. Шапиро; Министерство транспорта Российской Федерации, Российский университет транспорта (РУТ (МИИТ)), Институт экономики и финансов, Кафедра «Экономика труда и управление человеческими ресурсами». — Москва; Берлин: Директ-Медиа, 2019. — 121 с.: ил., схем., табл. — Режим доступа: по подписке. — URL:

<http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=500045> – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4475-9986-7. – Текст: электронный.

3. Иванова, С. Ловушки HR-брендинга: как стать лучшим работодателем для сотрудников и кандидатов : [16+] / С. Иванова ; ред. А. Черникова. – Москва : Альпина Паблишер, 2019. – 242 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=570383> – ISBN 978-5-9614-2141-5. – Текст : электронный.

#### Дополнительная литература

4. Сайкин, Е. А. Основы брендинга: учебное пособие / Е. А. Сайкин. — Новосибирск: Новосибирский государственный технический университет, 2016. — 55 с. — ISBN 978-5-7782-2906-8. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/91636.html> — Режим доступа: для авторизир. пользователей

5. Трайндл, Арндт Мастерство ритейл-брендинга / Арндт Трайндл; перевод Р. И. Арнаудова. — Москва: Альпина Паблишер, 2019. — 160 с. — ISBN 978-5-9614-1984-9. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/82711.html> — Режим доступа: для авторизир. пользователей

6. Мужичкая, Т. Измени жизнь, оставаясь собой: Личный ребрендинг / Т. Мужичкая, И. Белашева. — 3-е изд. — Москва: Альпина Паблишер, 2019. — 252 с. — ISBN 978-5-9614-5311-9. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/82962.html> — Режим доступа: для авторизир. пользователей

### 8. ПЕРЕЧЕНЬ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ, ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ И ИНТЕРНЕТ - РЕСУРСОВ, НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

| № п.п.                       | Интернет ресурс (адрес)/система                                       | Описание ресурса/системы                          |
|------------------------------|-----------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------|
| Профессиональные базы данных |                                                                       |                                                   |
| 1.                           | <a href="http://magazine.hrm.ru/">http://magazine.hrm.ru/</a>         | Журнал “HR-менеджмент”                            |
| 2.                           | <a href="http://www.hr-journal.ru/">http://www.hr-journal.ru/</a>     | Журнал “Работа с персоналом”                      |
| 3.                           | <a href="http://www.top-personal.ru/">http://www.top-personal.ru/</a> | Журнал "Управление персоналом"                    |
| 4.                           | <a href="http://hrm.ru/">http://hrm.ru/</a>                           | Ведущий портал о кадровом менеджменте             |
| 5.                           | <a href="http://consultant.ru/">http://consultant.ru/</a>             | справочно-информационная система Консультант Плюс |
| 6.                           | <a href="http://garant.ru/">http://garant.ru/</a>                     | справочно-информационная система «Гарант».        |

### 9. ТРЕБОВАНИЯ К МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОМУ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОМУ ОБЕСПЕЧЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Мультимедийная лекционная аудитория.

Оборудование:

стол преподавателя, столы, стулья, персональный компьютер (Celeron 2.1-2.7 Mhz, монитор ЖК); стационарный видеопроектор с экраном; звуковое оборудование (микрофон, колонки); меловая доска; коммутационное оборудование для работы в локальной сети вуза и сети Интернет. Используемое программное обеспечение: Windows XP, 10. MicrosoftOffice

2007, 2019. AdobeAcrobat. GoogleChrome, MozillaFirefox., наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий

Компьютерный класс (лаборатория) для практических работ, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации

Оборудование:

стол преподавателя, столы, стулья, персональные компьютеры (Celeron 2.1-2.7 Mhz, монитор ЖК); коммутационное оборудование для работы в локальной сети вуза и сети Интернет. Используемое программное обеспечение: Windows XP, 10. MicrosoftOffice 2007, 2019. AdobeAcrobat. GoogleChrome, MozillaFirefox.; доска маркерная.

## **10. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ**

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

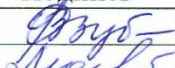
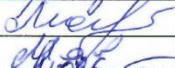
Стандартные формы обучения:

- лекции с использованием мультимедийных презентаций;
- семинарские занятия, на которых обсуждаются основные теоретические вопросы;
- письменные домашние работы;
- расчетно-аналитические задания;
- обзор официальных документов и материалов периодической печати;
- консультации преподавателей.

Методы обучения с применением интерактивных форм образовательных технологий:

- лекции в диалоговом режиме;
- групповые дискуссии;
- моделирование и решение конкретных ситуационных задач;
- компьютерное тестирование.

## ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЯ

| №п/п | Подразделение      | Фамилия         | Подпись                                                                             | Дата          |
|------|--------------------|-----------------|-------------------------------------------------------------------------------------|---------------|
| 1    | Кафедра экономики  | О.В. Зубкова    |  | 29.06.2021 г. |
| 2    | Кафедра МиУП       | Е.В. Маскайкина |  | 29.06.2021 г. |
| 3    | Кафедра ГЕМД       | Е.П. Маскайкин  |  | 29.06.2021 г. |
| 4    | Учеб.-метод. отдел | М.О. Дерябичева |  | 29.06.2021 г. |
| 5    | Библиотека         | Г.В. Шпакова    |  | 29.06.2021 г. |