



УТВЕРЖДАЮ

Заместитель директора Ур СЭИ (филиал)
ОУП ВО «АТиСО» по УВР

О.В. Зубкова

« 21» апреля 2026 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

БРЕНДИНГ В УПРАВЛЕНИИ ЧЕЛОВЕЧЕСКИМИ РЕСУРСАМИ

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: Общественных и гуманитарных дисциплин

Разработчики программы:

Кандидат пед. наук Д.В. Стукалов

Программа обсуждена на заседании кафедры ОиГД

Заведующий кафедрой ОиГД

О.В. Зубкова

«21» апреля 2026 г.

Оглавление

1.	ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ).....	3
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.....	8
8.	ПЕРЕЧЕНЬ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ, ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ И ИНТЕРНЕТ - РЕСУРСОВ, НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	9
9.	ТРЕБОВАНИЯ К МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОМУ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОМУ ОБЕСПЕЧЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ).....	9
10.	ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ	9
11.	ОЦЕНКА СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ.....	10

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 Брендинг в управлении человеческими ресурсами, 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 «Брендинг в управлении человеческими ресурсами» 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 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 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 Брендинг в управлении человеческими ресурсами;
- 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 «Брендинг в управлении человеческими ресурсами» 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
Общая трудоемкость дисциплины (зачетных единиц/часов)	2/72	2/72
Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) (всего)	38	8
в том числе:	-	-
Лекции	18	4
Семинары, практические занятия	18	4
Контактная работа на зачете	2	
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	34	60
Вид промежуточной аттестации (зачет)	Зачет(0)	Зачет (4)

5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

5.1 Содержание дисциплины (модуля)

Тема 1. Понятия HR-бренда и Брендинг в управлении человеческими ресурсами

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, заочная Вид контроля Зачет

№ п/ п	Название раздела, темы	Очная форма обучения						Компетенции	Литература
		Всего	Аудиторные занятия			Самостоятельная работа	КтЗа, Контроль		
			Лекции	Лабораторные работы	Практические занятия				
1	Понятия HR-бренда и Брендинг в управлении человеческими ресурсамиа	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-	6	2		2	2		ПКО-1,2	Л.1-6

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

	бренда								
	Зачет	2					2		
	Всего часов	72	18		18	34	2		
	Зачетные единицы	2							

Форма контроля: зачет

№ п/ п	Название раздела, темы	Заочная форма обучения						Компетенции	Литература
		Всего	Аудиторные занятия			Самостоятельная работа	КтЗа, Контроль		
			Лекции	Лабораторные работы	Практические занятия				
1	Понятия HR-бренда и Брендинг в управлении человеческими ресурсами	6,5	0,25		0,25	6		ПКО-1,2	Л.1-6
2	Факторы, влияющие на формирование HR – бренда	6,5	0,25		0,25	6		ПКО-1,2	Л.1-6
3	Ресурсы для работы с брендом работодателя	7	0,5		0,5	6		ПКО-1,2	Л.1-6
4	Диагностика или аудит бренда работодателя	8	0,5		0,5	7		ПКО-1,2	Л.1-6
5	Ценностное предложение работодателя (EVP), бренд-платформа, креативная концепция	8	0,5		0,5	7		ПКО-1,2	Л.1-6
6	Продвижение бренда работодателя на рынке труда	8	0,5		0,5	7		ПКО-1,2	Л.1-6
7	Внутреннее продвижение бренда работодателя	8	0,5		0,5	7		ПКО-1,2	Л.1-6
8	Управление вовлеченностью сотрудников	8	0,5		0,5	7		ПКО-1,2	Л.1-6
9	Технологии оценки эффективности HR-бренда	8	0,5		0,5	7		ПКО-1,2	Л.1-6
	Зачет	4							
	Всего часов	72	4		4	60	4		
	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 «Брендинг в управлении человеческими ресурсами» 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 Брендинг в управлении человеческими ресурсами.
7. Шесть признаков хорошего EVP.
8. Продвижение HR-бренда с помощью рекламы.

7. ОСНОВНАЯ И ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ УЧЕБНАЯ ЛИТЕРАТУРА

Основная литература

1. Домнин, В. Н. Брендинг: учебник и практикум для вузов / В. Н. Домнин. – 3-е изд., испр. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2025. – 555 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-20975-4. – Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/559113>.
2. Чернышева, А. М. Брендинг: учебник для вузов / А. М. Чернышева, Т. Н. Якубова. – Москва: Издательство Юрайт, 2026. – 420 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-19453-1. – Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/583027>.
3. Карпова, С. В. Брендинг: учебник и практикум для прикладного бакалавриата / С. В. Карпова, И. К. Захаренко. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2023. – 439 с. – (Бакалавр. Академический курс). – ISBN 978-5-9916-3732-9. – Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт

[сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/532697>.

Дополнительная литература

4. Иванова, С. Ловушки Брендинг в управлении человеческими ресурсами: 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.
5. Брендинг в управлении человеческими ресурсами: учебное пособие: [12+] / авт.-сост. А. И. Коломиец. – Москва: Директ-Медиа, 2022. – 136 с.: ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=683090>. – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4499-3033-0. – Текст: электронный.
6. Миллер, Д. Метод StoryBrand: расскажите о своем бренде так, чтобы в него влюбились: [16+] / Д. Миллер; пер. с англ. Е. Виноградовой. – Москва: Альпина Паблишер, 2020. – 232 с.: схем. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=598244>. – ISBN 978-5-9614-2738-7. – Текст: электронный.

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.	http://magazine.hrm.ru/	Журнал “HR-менеджмент”
2.	http://www.hr-journal.ru/	Журнал “Работа с персоналом”
3.	http://www.top-personal.ru/	Журнал "Управление персоналом"
4.	http://hrm.ru/	Ведущий портал о кадровом менеджменте
5.	http://consultant.ru/	справочно-информационная система Консультант Плюс
6.	http://garant.ru/	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 «Брендинг в управлении человеческими ресурсами» 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.

11. ОЦЕНКА СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ

ПКО-1.1. Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью

ПКО-1.2. Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии

ПКО-1.3. Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры

Тип задания	Инструкция	Пример задания			
Задание закрытого типа на установление соответствия (Владеть) ПКО-1.1	Прочитайте текст и установите соответствие	Установите соответствие между функциями линейного менеджера в HR-брендинге (А–Г) и их содержанием (1–4). К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца.			
		Функции		Содержание	
		А	Планирование задач по продвижению HR-бренда	1	Мониторинг дедлайнов и оповещение о рисках срыва кампании
		Б	Контроль	2	Обеспечение

		<table><tr><td></td><td>соблюдения сроков публикаций о вакансиях</td><td></td><td>коммуникации между рекрутерами, дизайнерами и SMM-специалистами</td></tr><tr><td>В</td><td>Распределение бюджета между каналами привлечения кандидатов</td><td>3</td><td>Определение приоритетов и объёма задач на итерацию</td></tr><tr><td>Г</td><td>Координация взаимодействия HR-отдела и маркетинга</td><td>4</td><td>Выделение средств на продвижение вакансий и контент</td></tr></table> Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами: <table><tr><td>А</td><td>Б</td><td>В</td><td>Г</td></tr><tr><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table>		соблюдения сроков публикаций о вакансиях		коммуникации между рекрутерами, дизайнерами и SMM-специалистами	В	Распределение бюджета между каналами привлечения кандидатов	3	Определение приоритетов и объёма задач на итерацию	Г	Координация взаимодействия HR-отдела и маркетинга	4	Выделение средств на продвижение вакансий и контент	А	Б	В	Г													
	соблюдения сроков публикаций о вакансиях		коммуникации между рекрутерами, дизайнерами и SMM-специалистами																												
В	Распределение бюджета между каналами привлечения кандидатов	3	Определение приоритетов и объёма задач на итерацию																												
Г	Координация взаимодействия HR-отдела и маркетинга	4	Выделение средств на продвижение вакансий и контент																												
А	Б	В	Г																												
Задание закрытого типа на установление соответствия (Владеть) ПКО-1.2	Прочитайте текст и установите соответствие	Установите соответствие между элементами тактического планирования HR-брендинговой кампании (А–Г) и инструментами их реализации (1–4). К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца. <table><tr><th colspan="2">Элементы планирования</th><th colspan="2">Инструменты</th></tr><tr><td>А</td><td>Определение последовательности выхода материалов о работодателе</td><td>1</td><td>Анализ целевых площадок (job-сайты, соцсети, карьерный сайт)</td></tr><tr><td>Б</td><td>Оценка эффективности кампании по привлечению персонала</td><td>2</td><td>Система КРІ (охват, конверсия в отклик, стоимость найма)</td></tr><tr><td>В</td><td>Выбор каналов для продвижения HR-бренда</td><td>3</td><td>Контент-календарь с датами публикаций</td></tr><tr><td>Г</td><td>Постановка измеримых целей кампании</td><td>4</td><td>А/В-тестирование объявлений о вакансиях</td></tr></table> Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами: <table><tr><td>А</td><td>Б</td><td>В</td><td>Г</td></tr><tr><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table>		Элементы планирования		Инструменты		А	Определение последовательности выхода материалов о работодателе	1	Анализ целевых площадок (job-сайты, соцсети, карьерный сайт)	Б	Оценка эффективности кампании по привлечению персонала	2	Система КРІ (охват, конверсия в отклик, стоимость найма)	В	Выбор каналов для продвижения HR-бренда	3	Контент-календарь с датами публикаций	Г	Постановка измеримых целей кампании	4	А/В-тестирование объявлений о вакансиях	А	Б	В	Г				
Элементы планирования		Инструменты																													
А	Определение последовательности выхода материалов о работодателе	1	Анализ целевых площадок (job-сайты, соцсети, карьерный сайт)																												
Б	Оценка эффективности кампании по привлечению персонала	2	Система КРІ (охват, конверсия в отклик, стоимость найма)																												
В	Выбор каналов для продвижения HR-бренда	3	Контент-календарь с датами публикаций																												
Г	Постановка измеримых целей кампании	4	А/В-тестирование объявлений о вакансиях																												
А	Б	В	Г																												
Задание закрытого типа на установление последовательности (Владеть) ПКО-1.2	Прочитайте текст и установите последо-	Расположите этапы тактического планирования HR-брендинговой кампании в правильной последовательности. В ответе укажите последовательность цифр. 1. Разработка ключевого сообщения о																													

	вательность	преимущества работодателя (EVP) 2. Анализ текущего имиджа работодателя и конкурентов на рынке труда 3. Оценка результатов кампании и корректировка стратегии 4. Составление медиаплана публикаций в HR-каналах. Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо: <table><tr><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table>				
Задание закрытого типа на установление последовательности (Владеть) ПКО-1.3	Прочитайте текст и установите последовательность	Расположите этапы организации внутреннего мероприятия по укреплению HR-бренда в правильной последовательности. В ответе укажите последовательность цифр. 1. Проведение мероприятия с использованием корпоративной символики 2. Определение целей и ценностей, которые должны быть транслированы сотрудникам 3. Сбор обратной связи от участников и оценка вовлечённости 4. Разработка сценария и выбор формата взаимодействия Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо: <table><tr><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table>				
Задание комбинированного типа с выбором одного верного ответа из четырех предложенных и обоснованием выбора (из разряда решения типовых задач, сопоставления, последовательности) (Владеть) ПКО-1.1	Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа	Линейный менеджер HR-отдела получил задачу — запустить кампанию по привлечению IT-специалистов. Какое действие ему следует предпринять в первую очередь? Варианты ответов: 1. Сразу приступить к публикации вакансий на всех доступных площадках 2. Уточнить у руководства цели кампании, портрет целевого кандидата и ограничения 3. Заказать дизайн карьерного сайта 4. Составить бюджет кампании				
Задание комбинированного типа с выбором одного верного ответа из четырех предложенных и обоснованием выбора (из разряда решения типовых задач, сопоставления,	Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа	При тактическом планировании HR-кампании бюджет ограничен. Какой подход позволит достичь целей по найму наиболее эффективно? Варианты ответов: 1. Равномерно распределить бюджет между всеми job-сайтами 2. Сократить количество каналов до одного 3. Проанализировать эффективность каналов по стоимости найма и перераспределить бюджет в пользу результативных 4. Отказаться от платного продвижения вакансий				

последовательности) (Владеть) ПКО-1.2		
Задание комбинированного типа с выбором одного верного ответа из четырех предложенных и обоснованием выбора (из терминологии, фактов, параметров, принципов) (Владеть) ПКО-1.3	Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа	Что понимается под корпоративной идентичностью в контексте HR-брендинга? Варианты ответов: 1. Совокупность ценностей, миссии, символов и атрибутов компании, формирующих её уникальный образ 2. Перечень должностных инструкций сотрудников 3. График отпусков персонала 4. Система материального стимулирования
Задание комбинированного типа с выбором одного верного ответа из четырех предложенных и обоснованием выбора (из терминологии, фактов, параметров, принципов) (Владеть) ПКО-1.1	Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа	Какую роль выполняет линейный менеджер в HR- отделе? Варианты ответов: 1. Определяет стратегию развития компании на пять лет 2. Осуществляет оперативное управление задачами и координирует работу команды 3. Формулирует миссию и философию организации 4. Проводит финансовый аудит деятельности отдела
Задание комбинированного типа с выбором нескольких вариантов ответа из предложенных и развернутым обоснованием выбора (из разряда решения типовых задач, сопоставления, последовательности) (Владеть) ПКО-1.2	Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов	Какие элементы обязательно должны быть включены в тактический план HR-брендинговой кампании? Выберите все верные варианты. Варианты ответов: 1. Полный текст миссии компании 2. KPI и метрики эффективности найма 3. График публикаций вакансий и контента 4. Бюджет с распределением по каналам
Задание комбинированного типа с выбором нескольких вариантов ответа из предложенных и развернутым обоснованием выбора (из разряда решения типовых задач,	Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов	Какие решения способствуют укреплению корпоративной культуры на внутреннем мероприятии? Выберите все верные варианты. Варианты ответов: 1. Проведение финансового аудита 2. Использование корпоративной символики 3. Трансляция ценностей компании через речи руководителей 4. Организация неформального общения сотрудников

сопоставления, последовательности) (Владеть) ПКО-1.3		
Задание комбинированного типа с выбором нескольких вариантов ответа из предложенных и развернутым обоснованием выбора (из терминологии, фактов, параметров, принципов) (Владеть) ПКО-1.1	Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов	Какие функции относятся к компетенции линейного менеджера в HR-брендинге? Выберите все верные варианты. Варианты ответов: 1. Определение миссии организации 2. Планирование задач для команды 3. Контроль соблюдения сроков публикаций 4. Распределение ресурсов между проектами
Задание комбинированного типа с выбором нескольких вариантов ответа из предложенных и развернутым обоснованием выбора (из терминологии, фактов, параметров, принципов) (Владеть) ПКО-1.2	Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов	Какие принципы важны при тактическом планировании в HR-брендинге? Выберите все верные варианты. Варианты ответов: 1. Реалистичность сроков и ресурсов 2. Отсутствие измеримых показателей 3. Учёт интересов целевой аудитории кандидатов 4. Гибкость и возможность корректировки
Задание открытого типа с развернутым ответом (Владеть) ПКО-1.3	Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ	Дайте определение понятию «корпоративная культура» в контексте HR-брендинга.
Задание открытого типа с развернутым ответом (Владеть) ПКО-1.1	Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ	Опишите, как линейный менеджер может обеспечить эффективную реализацию HR-брендинговой кампании.

ПКО-2.1. Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации 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

ПКО-2.3. Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR- кампании

ПКО-2.4. Применяет инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в офлайн и онлайн-среде

Тип задания	Инструкция	Пример задания																				
Задание закрытого типа на установление соответствия (Владеть) ПКО-2.1	Прочитайте текст и установите соответствие	Установите соответствие между каналами коммуникации HR-бренда (А–Г) и особенностями текстов для них (1–4). К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца.																				
		<table><tr><th colspan="2">Каналы</th><th colspan="2">Особенности</th></tr><tr><td>А</td><td>Карьерный сайт компании</td><td>1</td><td>Короткий эмоциональный пост с визуалом и призывом откликнуться</td></tr><tr><td>Б</td><td>Корпоративный Telegram-канал</td><td>2</td><td>Структурированный текст с разделами о миссии, ценностях и условиях работы</td></tr><tr><td>В</td><td>Аккаунт работодателя в VK</td><td>3</td><td>Оперативные новости, анонсы и истории сотрудников в формате диалога</td></tr><tr><td>Г</td><td>Печатный буклет для ярмарки вакансий</td><td>4</td><td>Лаконичный текст с ключевыми преимуществами и контактами для быстрого считывания</td></tr></table>	Каналы		Особенности		А	Карьерный сайт компании	1	Короткий эмоциональный пост с визуалом и призывом откликнуться	Б	Корпоративный Telegram-канал	2	Структурированный текст с разделами о миссии, ценностях и условиях работы	В	Аккаунт работодателя в VK	3	Оперативные новости, анонсы и истории сотрудников в формате диалога	Г	Печатный буклет для ярмарки вакансий	4	Лаконичный текст с ключевыми преимуществами и контактами для быстрого считывания
		Каналы		Особенности																		
		А	Карьерный сайт компании	1	Короткий эмоциональный пост с визуалом и призывом откликнуться																	
		Б	Корпоративный Telegram-канал	2	Структурированный текст с разделами о миссии, ценностях и условиях работы																	
В	Аккаунт работодателя в VK	3	Оперативные новости, анонсы и истории сотрудников в формате диалога																			
Г	Печатный буклет для ярмарки вакансий	4	Лаконичный текст с ключевыми преимуществами и контактами для быстрого считывания																			
Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:																						
<table><tr><td>А</td><td>Б</td><td>В</td><td>Г</td></tr><tr><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table>	А	Б	В	Г																		
А	Б	В	Г																			
Задание закрытого типа на установление соответствия (Владеть) ПКО-2.2	Прочитайте текст и установите соответствие	Установите соответствие между коммуникационными задачами HR-брендинга (А–Г) и типами информационных поводов (1–4). К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца..																				

		Задача		Тип инфоповода									
		А	Привлечь внимание молодой аудитории к компании как работодателю	1	Серия коротких вертикальных видео с участием популярного блогера, тестирующего рабочую среду								
		Б	Оперативно повысить охваты в период активного найма	2	Ньюсджекинг — остроумная привязка к резонансному событию на рынке труда								
		В	Укрепить экспертный статус компании на рынке труда	3	Конкурс с призом за лучший UGC-рассказ о работе в компании								
		Г	Стимулировать создание пользовательского контента о работе в компании	4	Публикация аналитического отчёта компании о трендах отрасли								
		Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:											
		<table><tr><td>А</td><td>Б</td><td>В</td><td>Г</td></tr><tr><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table>				А	Б	В	Г				
А	Б	В	Г										
Задание закрытого типа на установление последовательности (Владеть) ПКО-2.1	Прочитайте текст и установите последовательность	Расположите этапы разработки текстового контента для HR-брендинговой кампании в верном порядке (от начала к завершению): 1. Адаптация текстов под специфику каналов коммуникации (например, лаконичные посты для Telegram, развёрнутые статьи для корпоративного блога). 2. Формулирование ключевого сообщения HR-бренда (основная идея, которая отражает ценности и преимущества работодателя). 3. Анализ целевой аудитории и конкурентов: выявление ожиданий кандидатов и сильных сторон компании как работодателя. 4. Тестирование материалов (например, фокус-группа или А/В-тест заголовков) и финальная корректировка текстов. Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо: <table><tr><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table>											
Задание закрытого типа на установление последовательности	Прочитайте текст и установите	Расположите этапы разработки и внедрения EVP (ценностного предложения работодателя) в правильной последовательности. В ответе укажите последовательность цифр.											

(Владеть) ПКО-2.4	последовательность	1. Тестирование EVP на фокус-группах сотрудников и кандидатов 2. Исследование восприятия компании как работодателя внутренними и внешними аудиториями 3. Интеграция EVP во все каналы коммуникации с работодателем 4. Формулировка ключевых ценностей и преимуществ работодателя. Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо:
Задание закрытого типа на установление последовательности (Владеть) ПКО-2.3	Прочитайте текст и установите последовательность	Расположите этапы разработки сценария карьерного мероприятия (дня открытых дверей) в правильной последовательности. В ответе укажите последовательность цифр. 1. Разработка программы мероприятия с интерактивными форматами 2. Определение целей мероприятия и портрета целевой аудитории 3. Сбор обратной связи от участников и анализ эффективности 4. Подготовка анонсирующих материалов и приглашений Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо:
Задание комбинированного типа с выбором одного верного ответа из четырех предложенных и обоснованием выбора (из разряда решения типовых задач, сопоставления, последовательности) (Владеть) ПКО-2.1	Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа	HR-специалист готовит текст вакансии для размещения на карьерном сайте и на стороннем job-сайте. Какое решение обеспечит наибольшую эффективность отклика? Варианты ответов: 1. Использовать одинаковый официальный текст на обеих площадках 2. На карьерном сайте разместить развёрнутый текст с акцентом на ценности компании, а на job-сайте — лаконичный вариант с ключевыми условиями и призывом откликнуться 3. На карьерном сайте разместить только логотип, а на job-сайте — полный текст 4. Использовать на обеих площадках только перечень требований без описания преимуществ
Задание комбинированного типа с выбором одного верного	Прочитайте текст, выберите правильный	Что понимается под термином «карьерный сайт» в контексте HR-брендинга? Варианты ответов: 1. Раздел корпоративного сайта, посвящённый

ответа из четырех предложенных и обоснованием выбора (из разряда решения типовых задач, сопоставления, последовательности) (Владеть) ПКО-2.4	ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа	товарам и услугам компании 2. Специализированный ресурс с информацией о вакансиях и преимуществах работы в компании 3. Внутренний документ с должностными инструкциями 4. Платформа для онлайн-обучения сотрудников
Задание комбинированного типа с выбором одного верного ответа из четырех предложенных и обоснованием выбора (из терминологии, фактов, параметров, принципов) (Владеть) ПКО-2.2	Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа	Компания планирует привлечь молодых специалистов. Какой информационный повод будет наиболее эффективным с учётом мирового опыта? Варианты ответов: 1. Публикация финансового отчёта компании за год 2. Запуск программы стажировок с историей успеха бывших стажёров, ставших руководителями 3. Размещение рекламы о товарах компании в молодёжных пабликах 4. Пресс-релиз о смене юридического адреса компании
Задание комбинированного типа с выбором одного верного ответа из четырех предложенных и обоснованием выбора (из терминологии, фактов, параметров, принципов) (Владеть) ПКО-2.3	Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа	Какой термин обозначает программу адаптации нового сотрудника, включающую знакомство с корпоративной культурой и командой? Варианты ответов: 1. Onboarding 2. Employer branding 3. Outstaffing 4. Recruiting
Задание комбинированного типа с выбором нескольких вариантов ответа из предложенных и развернутым обоснованием выбора (из разряда решения типовых задач, сопоставления, последовательности) (Владеть) ПКО-2.1	Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов	Какие элементы должны быть включены в имиджевый текст о компании как работодателе? Выберите все верные варианты. Варианты ответов: 1. Описание миссии и ценностей компании 2. Истории сотрудников и их карьерного роста 3. Подробный финансовый отчёт за квартал 4. Информация о социальных программах и заботе о персонале
Задание комбинированного	Прочитайте текст, выберите	Какие решения могут стать эффективными информационными поводами для продвижения HR-

типа с выбором нескольких вариантов ответа из предложенных и развернутым обоснованием выбора (из разряда решения типовых задач, сопоставления, последовательности) (Владеть) ПКО-2.2	правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов	бренда? Выберите все верные варианты. Варианты ответов: 1. Публикация рейтинга компании как лучшего работодателя 2. Запуск программы наставничества с участием топ-менеджеров 3. Смена логотипа компании 4. Проведение открытого дня для студентов и молодых специалистов
Задание комбинированного типа с выбором нескольких вариантов ответа из предложенных и развернутым обоснованием выбора (из терминологии, фактов, параметров, принципов) (Владеть) ПКО-2.1	Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов	Какие два термина напрямую связаны с формированием образа работодателя в коммуникациях для кандидатов? 1. HR-бренд. 2. Воронка продаж. 3. EVP (Employee Value Proposition). 4. CPC (Cost Per Click).
Задание комбинированного типа с выбором нескольких вариантов ответа из предложенных и развернутым обоснованием выбора (из терминологии, фактов, параметров, принципов) (Владеть) ПКО-2.3	Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов	Какие действия должны быть включены в процесс создания сценария HR-мероприятия для сотрудников? Выберите все верные варианты. Варианты ответов: 1. Определение целей мероприятия и портрета целевой аудитории 2. Разработка игровой механики и правил участия 3. Публикация постов без предварительного согласования 4. Создание контент-плана публикаций до, во время и после мероприятия
Задание комбинированного типа с выбором нескольких вариантов ответа из предложенных и развернутым обоснованием выбора (из терминологии, фактов, параметров, принципов)	Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов	Какие каналы используются для трансляции ценностей работодателя во внешней среде? Выберите все верные варианты. Варианты ответов: 1. Карьерный сайт компании 2. Аккаунт работодателя в социальных сетях 3. Внутренний корпоративный портал 4. Публикации в отраслевых СМИ

(Владеть) ПКО-2.4		
Задание открытого типа с развернутым ответом (Владеть) ПКО-2.3	Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ	Дайте определение понятию HR-брендинг.
Задание открытого типа с развернутым ответом (Владеть) ПКО-2.1	Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ	Опишите, как специалист может адаптировать текст вакансии под разные каналы коммуникации (карьерный сайт, job-сайт, Telegram-канал).