

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о документе

ФИО: Клочков Юрий Сергеевич

Должность: Ректор

Дата подписания: 01.06.2026 16:12:09

Уникальный программный ключ:

3beb265d5d589e7ff4c954946f3ad99a1e70ac12

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное

образовательное учреждение высшего образования

«ТЮМЕНСКИЙ ИНДУСТРИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины: HR- брендинг

направление подготовки: 43.03.03 «Гостиничное дело»

направленность (профиль): Международный гостиничный бизнес

форма обучения: очная, заочная

Рабочая программа рассмотрена
на заседании кафедры маркетинга и муниципального управления

Протокол № 9 от 24.03.2026 г.

1. Цели и задачи освоения дисциплины

Цели дисциплины: сформировать у обучающихся знания, умения и навыки квалифицированного и компетентного осуществления HR брендинга, а также деятельности с целью постоянного привлечения высококвалифицированных специалистов на основе использования современных персонал-технологий в условиях цифровизации кадровых процессов.

Задачи дисциплины:

- приобретение целостного представления о возможностях и перспективных направлениях HR-брендинга организации;
- овладение методологией, технологиями HR-брендинга с целью привлечения высококвалифицированных специалистов в государственные, муниципальные, коммерческие организации и учреждения;
- владение навыками работы в среде внешнего и внутреннего HR-бренда организации с использованием информационно-поисковых программных средств и корпоративных информационных систем.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина «HR- брендинг» относится к дисциплинам части, формируемой участниками образовательных отношений учебного плана.

Необходимыми условиями для освоения дисциплины являются:

Знание: фундаментальных принципов HR-брендинга

Умение: использовать инструменты и методы HR- брендинга в практическом преломлении в сфере управления

Владение: навыками проектирования и построения HR-бренда, с оптимизацией методов отбора, мотивации и управления персоналом

Содержание дисциплины «HR - брендинг» является логическим продолжением содержания дисциплины «Системы искусственного интеллекта» и служит основой для освоения дисциплины «Управление бизнес-процессами в индустрии гостеприимства».

3. Результаты обучения по дисциплине

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

Таблица 3.1

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Код и наименование результата обучения по дисциплине (модулю)
ПКС-1. Способен осуществлять управление ресурсами и персоналом департаментов (служб, отделов) организации сферы гостеприимства	ПКС-1.1. Осуществляет планирование и организацию деятельности департаментов (служб, отделов) гостиничного комплекса	Знать: ПКС-1.1-З1 каким образом осуществляется планирование и организация деятельности департаментов (служб, отделов) гостиничного комплекса
		Уметь: ПКС-1.1-У1 осуществлять планирование и организацию деятельности HR- брендинга департаментов управления персоналом гостиничного комплекса
		Владеть: ПКС-1.1-В1 навыками планирования и организацию HR- брендинга
	ПКС-1.2. Использует стратегические и тактические методы анализа потребности департаментов (служб, отделов) гостиничного комплекса в материальных ресурсах и персонале	Знать: ПКС-1.2-З1 каким образом использовать стратегические и тактические методы анализа потребности департаментов (служб, отделов) гостиничного комплекса в материальных ресурсах и персонале
Уметь: ПКС-1.2-У1 использовать стратегические и тактические методы анализа потребности департаментов (служб, отделов) гостиничного комплекса в материальных ресурсах и персонале		

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Код и наименование результата обучения по дисциплине (модулю)
		Владеть: ПКС-1.2-В1 стратегическими и тактическими методами анализа потребности департаментов (служб, отделов) гостиничного комплекса в материальных ресурсах и персонале

4. Объем дисциплины

Общий объем дисциплины составляет 4 зачетных единиц, 144 часа.

Таблица 4.1

Форма обучения	Курс/ семестр	Аудиторные занятия/контактная работа, час.			Самостоятельная работа, час.	Контроль, час	Форма промежуточной аттестации
		Лекции	Практические занятия	Лабораторные занятия			
очная	4/7	14	28	-	75	27	экзамен
заочная	5/10	12	10	-	113	9	экзамен

5. Структура и содержание дисциплины

5.1. Структура дисциплины. очная форма обучения (ОФО)

Таблица 5.1.1

№ п/п	Структура дисциплины		Аудиторные занятия, час.			СРС, час.	Всего, час.	Код ИДК	Оценочные средства
	Номер раздела	Наименование раздела	Л.	Пр.	Лаб				
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	1	HR-брендинг: понятие, содержание	4	4	-	10	18	ПКС-1.1. ПКС-1.2	Вопросы к устному опросу №1, кейс № 1
2	2	Анализ ключевых факторов стратегии HRбренда	2	4	-	10	16	ПКС-1.1. ПКС-1.2	Кейс №2, презентация доклада № 1
3	3	HR- брендинг как инновационный способ привлечения и удержания персонала	2	4	-	20	26	ПКС-1.1. ПКС-1.2	Вопросы к устному опросу № 2
4	4	Пять шагов построения HR - бренда	2	10	-	20	32	ПКС-1.1. ПКС-1.	Презентация доклада № 2
5	5	Оценка эффективности HR-бренда	4	6	-	15	25	ПКС-1.1. ПКС-1.2	Кейс № 3, презентация доклада № 3
9	Экзамен		-	-	-	27	27	ПКС-1.1. ПКС-1.2	Вопросы к экзамену
Итого:			14	28	-	102	144		

Заочная форма обучения (ЗФО)

№ п/п	Структура дисциплины		Аудиторные занятия, час.			СРС, час.	Всего, час.	Код ИДК	Оценочные средства
	Номер раздела	Наименование раздела	Л.	Пр.	Лаб				
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	1	HR-брендинг: понятие, содержание	2	2	-	20	24	ПКС-1.1. ПКС-1.2	Вопросы к устному опросу №1, кейс № 1
2	2	Анализ ключевых факторов стратегии HRбренда	2	2	-	20	24	ПКС-1.1. ПКС-1.2	Кейс №2, презентация доклада № 1
3	3	HR- брендинг как инновационный способ привлечения и удержания персонала	2	2	-	20	24	ПКС-1.1. ПКС-1.2	Вопросы к устному опросу № 2
4	4	Пять шагов построения HR - бренда	4	2	-	33	93	ПКС-1.1. ПКС-1.	Презентация доклада № 2
5	5	Оценка эффективности HR-бренда	2	2	-	20	24	ПКС-1.1. ПКС-1.2	Кейс № 3, презентация доклада № 3
9	Экзамен		-	-	-	9	9	ПКС-1.1. ПКС-1.2	Вопросы к экзамену
Итого:			12	10	-	122	144		

Очно-заочная форма обучения (ОЗФО)

Не реализуется.

5.2. Содержание дисциплины.

5.2.1. Содержание разделов дисциплины (дидактические единицы).

Раздел 1. HR-брендинг: понятие, содержание.

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.

Раздел 2. Анализ ключевых факторов стратегии HR-бренда организации.

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. 7 Анализ

внешних и внутренних факторов стратегии HR-бренда. Стадии реализации пошаговой стратегии построения и развития HR-бренда. Анализ проблем при построении HR-бренда организации.

Раздел 3. HR- брендинг как инновационный способ привлечения и удержания персонала. Технологии привлечения и удержания персонала: традиционные и современные (с использованием IT-технологий - онлайн-рекрутмент, фриланс). Модель создания и продвижения HR-бренда, модификация для различных условий (создание новой организации, корректировка репутации существующей компании). Инструменты реализации внутреннего HR- брендинга (формирование внутреннего кадрового резерва; программы профессионального развития; программы управления карьерой; программы подготовки руководителей, развития лидерства; внутренние PR-мероприятия; формирование механизмов эффективной ротации кадров; работа с увольняющимися сотрудниками; программы поддержки новых сотрудников.

Раздел 4. Пять шагов построения HR- бренда.

Изучение пошаговой методики построения HR бренда организации.

Раздел 5. Оценка 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 HRбренда 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 HRпроектов.

5.2.2. Содержание дисциплины по видам учебных занятий.

Лекционные занятия

Таблица 5.2.1

№ п/п	Номер раздела дисциплины	Объем, час.			Тема лекции
		ОФО	ЗФО	ОЗФО	
1	2	3	4	5	6
1	1	4	2	-	HR-брендинг: понятие, содержание
2	2	2	2	-	Анализ ключевых факторов стратегии HRбренда
3	3	2	2	-	HR- брендинг как инновационный способ привлечения и удержания персонала
4	4	2	4	-	Пять шагов построения HR - бренда
5	5	4	2	-	Оценка эффективности HR-бренда
Итого:		14	12	-	

Практические занятия

Таблица 5.2.2

№ п/п	Номер раздела дисциплины	Объем, час.			Тема практического занятия
		ОФО	ЗФО	ОЗФО	
1	2	3	4	5	6
1	1	4	2	-	HR-брендинг: понятие, содержание
2	2	4	2	-	Анализ ключевых факторов стратегии HRбренда
3	3	4	2	-	HR- брендинг как инновационный способ привлечения и удержания персонала

№ п/п	Номер раздела дисциплины	Объем, час.			Тема практического занятия
		ОФО	ЗФО	ОЗФО	
1	2	3	4	5	6
4	4	10	2	-	Пять шагов построения HR - бренда
5	5	6	2	-	Оценка эффективности HR-бренда
Итого:		28	10	-	-

Лабораторные работы

Лабораторные работы учебным планом не предусмотрены

Самостоятельная работа студента

Таблица 5.2.3

№ п/п	Номер раздела дисциплины	Объем, час.			Тема	Вид СРС
		ОФО	ЗФО	ОЗФО		
1	2	3	4	5	6	7
1	1	10	20	-	HR-брендинг: понятие, содержание	Подготовка к устному опросу, кейсу
2	2	10	20	-	Анализ ключевых факторов стратегии HRбренда	Подготовка к кейсу, презентации
3	3	20	20	-	HR- брендинг как инновационный способ привлечения и удержания персонала	Подготовка к устному опросу Подготовка к презентации и практическим работам
4	4	20	33	-	Пять шагов построения HR - бренда	Подготовка к презентации
5	5	15	20	-	Оценка эффективности HR-бренда	Подготовка к кейсу, презентации
6	Экзамен	27	9	-		Подготовка к экзамену
Итого:		102	122	-	X	X

5.2.3. Преподавание дисциплины ведется с применением следующих видов образовательных технологий:

- визуализация учебного материала в PowerPoint в диалоговом режиме (лекционные занятия);
- работа в малых группах (практические занятия);
- разбор практических ситуаций (практические занятия).

6. Тематика курсовых работ/проектов

Курсовые работы/проекты учебным планом не предусмотрены.

7. Контрольные работы

7.1. Методические указания для выполнения контрольных работ.

Выполнение контрольной работы обучающимися по направлениям бакалавриата кафедры МиМУ. Методические рекомендации по выполнению контрольных работ для обучающихся направлений подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью; 43.03.03 Гостиничное дело заочной формы обучения/ сост. Ситёва С.С., отв. редактор Белоножко М.Л.; Тюменский

индустриальный университет.– Тюмень: Издательский центр БИК ТИУ 2025.– 25с. – Текст: непосредственный.

7.2. Тематика контрольных работ.

Разработка HR бренда «своего» предприятия с «разбитем» на шаги построения. Работу представить в виде презентации

8. Оценка результатов освоения дисциплины

8.1. Рейтинговая система оценивания степени полноты и качества освоения компетенций обучающихся очной формы обучения представлена в таблице 8.1.

Таблица 8.1

№ п/п	Виды мероприятий в рамках текущего контроля	Количество баллов
1	2	3
1 текущая аттестация		
1.1	Устный опрос №1 по теме «Понятие и сущность HR бренда»	5
1.2	Решение кейса №1 по теме «Понятие и сущность HR бренда»	10
1.4	Решение кейса №2 по теме «Экосистема смыслов: Трансформация среды бренда GreenFuture»	15
ИТОГО за первую текущую аттестацию		30
2 текущая аттестация		
2.1	Презентация №1 по теме «Анализ ключевых факторов стратегии HRбренда»	5
2.2	Кейс №3 по теме: Анализ ключевых факторов стратегии HRбренда	10
2.2	Устный опрос №2 по теме «HR- брендинг как инновационный способ привлечения и удержания персонала»	15
ИТОГО за вторую текущую аттестацию		30
3 текущая аттестация		
3.1	Подготовка презентации №2 «Пять шагов построения HR – бренда»	5
3.2	Презентация №3 по теме: «Оценка эффективности HR-бренда»	20
3.3	Кейс №4 по теме: «Оценка эффективности HR-бренда»	15
ИТОГО за третью текущую аттестацию		40
		ВСЕГО
		100

8.2 Рейтинговая система оценивания степени полноты и качества освоения компетенций обучающихся заочной формы обучения представлена в таблице 8.2.

Таблица 8.2

№ п/п	Виды мероприятий в рамках текущего контроля	Количество баллов
1	Устный опрос, решение кейса по теме «Понятие и сущность HR бренда»	15
2	Решение кейса по теме «Экосистема смыслов: Трансформация среды бренда GreenFuture»	15
3	Презентация, решение кейса по теме «Анализ ключевых факторов стратегии HRбренда»	15
4	Устный опрос по теме «HR- брендинг как инновационный способ привлечения и удержания персонала»	15
5	Подготовка презентации «Пять шагов построения HR – бренда»	5
6	Презентация по теме, решение кейса: «Оценка эффективности HR-	35

бренда»	
ВСЕГО	100

9. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

9.1. Перечень рекомендуемой литературы представлен в Приложении 1.

9.2. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

- Электронный каталог/Электронная библиотека ТИУ <http://webirbis.tsogu.ru/>
- Электронно-библиотечная система «Лань» <https://e.lanbook.com>
- Цифровой образовательный ресурс – библиотечная система IPR SMART —

<https://www.iprbookshop.ru>

- Научная электронная библиотека ELIBRARY.RU <http://www.elibrary.ru>
- Электронно-библиотечная система «Консультант студента» www.studentlibrary.ru
- Национальная электронная библиотека (НЭБ).

9.3. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в т.ч. отечественного производства:

1. Microsoft Office Professional.
2. Microsoft Windows.

10. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Помещения для проведения всех видов работы, предусмотренных учебным планом, укомплектованы необходимым оборудованием и техническими средствами обучения.

Таблица 10.1

	Наименование помещений для проведения всех видов учебной деятельности, предусмотренной учебным планом, в том числе помещения для самостоятельной работы, с указанием перечня основного оборудования, учебно-наглядных пособий	Адрес (местоположение) помещений для проведения всех видов учебной деятельности, предусмотренной учебным планом (в случае реализации образовательной программы в сетевой форме дополнительно указывается наименование организации, с которой заключен договор)
1	Лекционные занятия Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа; групповых и индивидуальных консультаций; текущего контроля и промежуточной аттестации, Оснащенность: Учебная мебель: столы, стулья, доска аудиторная. Компьютер в комплекте, проектор, проекционный экран	625039, Тюменская область, г. Тюмень, ул. Мельникайте, д.70
	Практические занятия Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа (практические занятия); групповых и индивидуальных консультаций; текущего контроля и промежуточной аттестации. Оснащенность: Учебная мебель: столы, стулья, доска аудиторная. Компьютер в комплекте, проектор, проекционный экран.	625039, Тюменская область, г. Тюмень, ул. Мельникайте, д.70

11. Методические указания по организации СРС

11.1. Методические указания по подготовке к практическим занятиям.

На практических занятиях обучающиеся знакомятся с содержанием задания, изучают методику и выполняют письменную работу в формате практического задания. Для эффективной работы, обучающиеся должны иметь соответствующие канцелярские принадлежности, конспект лекций. В процессе подготовки к практическим занятиям, обучающиеся могут прибегать к консультациям преподавателя.

Задания для выполнения на практических занятиях, раздаточный и справочный материал обучающиеся получают индивидуально от преподавателя.

11.2. Методические указания по организации самостоятельной работы.

Выполнение самостоятельной работы обучающимися направлений подготовки бакалавриата кафедры МиМУ. Методические рекомендации к организации самостоятельной работы обучающихся всех форм обучения / сост. С.С. Ситёва; отв. редактор М.Л. Белоножко; Тюменский индустриальный университет. – Тюмень: Издательский центр БИК ТИУ, 2025. – 16 с.

КАРТА
обеспеченности дисциплины учебной и учебно-методической литературой

Дисциплина: **HR-брендинг**

Код, направление подготовки: 43.03.03 «Гостиничное дело»

Направленность (профиль): Международный гостиничный бизнес

№ п/п	Название учебного, учебно-методического издания, автор, издательство, вид издания, год издания	Количество экземпляров в БИК	Контингент обучающихся, использующих указанную литературу	Обеспеченность обучающихся литературой, %	Наличие электронного варианта в ЭБС (+/-)
1	Подовжня, Г. HR без стереотипов / Г. Подовжня. — Москва : Альпина Паблишер, 2022. — 260 с. — ISBN 978-5-9614-3808-6. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/124538.html	ЭР*	30	100	+
2	Тульчинский, Г. Л. Бренд-менеджмент. Брендинг и работа с персоналом : учебник для вузов / Г. Л. Тульчинский, В. И. Терентьева. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 255 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05503-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/562694	ЭР*	30	100	+
3	Батлер, И. HR-маркетинг: как сделать вашу компанию мечтой всех кандидатов / И. Батлер. - Электрон.текстовые дан. - Москва : Альпина Паблишер, 2024. - 112 с. - URL: https://www.iprbookshop.ru/142384.html . - Режим доступа: для автор. пользователей. - ЭБС "IPR BOOKS". - ISBN 978-5-9614-3718-8 : Б. ц. - Текст : непосредственный.	ЭР*	30	100	+
4	Лизовская, В. В. Анализ структуры HR-бренда компании / В. В. Лизовская // E-Scio. - 2023. - №3 (78). - URL: https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-struktury-hr-brenda-kompanii .	ЭР*	30	100	+
5	Осиновская, Ирина Владимировна. Управление инновационными проектами : учебник / И. В. Осиновская, О. В. Ленкова, М. В. Пленкина. - Тюмень : ТИУ, 2023. - 167 с. - Электронная библиотека ТИУ. - Библиогр.: с. 157-161 (47 назв.). - ISBN 978-5-9961-3107-5 : 280.00 р. - Текст : электронный + Текст : непосредственный.	ЭР*	30	100	+

ЭР* – электронный ресурс для авторизованных пользователей доступен через Электронный каталог/Электронную библиотеку ТИУ <http://webirbis.tsogu.ru/>