

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Клочков Юрий Сергеевич  
Должность: и.о. ректора  
Дата подписания: 09.04.2024 15:44:13  
Уникальный программный ключ:  
4e7c4ea90328ec8e65c5d8058549a2538d7400d1

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

Федеральное государственное бюджетное  
образовательное учреждение высшего образования  
**«ТОМЕНСКИЙ ИНДУСТРИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

**УТВЕРЖДАЮ**

Заведующий кафедрой МиМУ  
\_\_\_\_\_ М.Л. Белоножко  
« \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2023 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА**

дисциплины: HR-брендинг

направление подготовки: 42.03.03 Гостиничное дело

направленность (профиль): Индустрия гостеприимства и туризма

форма обучения: очная

Рабочая программа рассмотрена  
на заседании кафедры маркетинга и муниципального управления

Протокол № 10а от 5 мая 2023 г.

## 1. Цели и задачи освоения дисциплины

**Цели дисциплины:** Сформировать у обучающихся знание, умение и навыки квалифицированного и компетентного осуществления HR-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 Блока 1, формируемого участниками образовательных отношений, учебного плана.

Для полного усвоения данной дисциплины обучающиеся должны знать следующие дисциплины: «Анализ деятельности организаций сферы гостеприимства», «Социальные сети как средство коммуникации»; «Событийный маркетинг».

Необходимыми условиями для освоения дисциплины являются:

### **Знание:**

Гражданское законодательство Российской Федерации;

Правила охраны труда, пожарной безопасности, внутренний трудовой распорядок;

### **Умения:**

Использовать современные информационно-коммуникационные технологии и специализированные программные продукты;

Вести деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами);

### **Владение:**

Представление проектов управленческих решений по продвижению продукции СМИ руководству организации;

## 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 (ИДК)	Код и наименование результата обучения по дисциплине (модулю)
<b>ПКС-1.</b> 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	Знает З.1 основы организации, планирования и контроля деятельности подчиненных Умеет У.1 использовать наставничество, делегирование, коучинг и другие современные формы развития руководящего состава и ключевых

		сотрудников департаментов (служб, отделов) гостиничного комплекса.
	ПКС-1.2 использует стратегические и тактические методы анализа потребности департаментов (служб, отделов) гостиничного комплекса в материальных ресурсах и персонале	Знает 3.2 методы анализа потребности департаментов (служб, отделов) гостиничного комплекса в материальных ресурсах и персонале Умеет У.2 осуществлять координацию, контроль и управление деятельностью департаментов (служб, отделов) гостиничного комплекса

#### 4. Объем дисциплины

Общий объем дисциплины составляет 3 зачетных единиц, 108 час.

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			
1	2	3	4	5	6	7	8
очная	4/8	18	18	-	45	27	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	-	11	19	ПКС-1.1 ПКС-1.2	Устный опрос Презентация (приложение 1)
2	2	Анализ ключевых факторов стратегии HR-бренда организации	4	4	-	11	19	ПКС-1.1 ПКС-1.2	Кейсы, практическое контрольное задание (приложение 2)
3	3	HR-брендинг как инновационный способ	4	4	-	11	19	ПКС-1.1 ПКС-1.2	Тест (приложение 3)

№ 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
		привлечения и удержания персонала							
4	4	Оценка эффективности HR-бренда	6	6	-	12	24	ПКС-1.1 ПКС-1.2	Дискуссия, Презентация (приложение 4)
5	Экзамен		-	-	-	27	27	ПКС-1.1 ПКС-1.2	Экзаменационные вопросы (приложение 5)
Итого:			18	18	-	72	108		

### **Заочная форма обучения (ОФО)**

Не реализуется.

### **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.

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. 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 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.

#### **5.2.2. 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	-	-	HR-брендинг: понятие, содержание
2	2	4	-	-	Анализ ключевых факторов стратегии HR-бренда организации
3	3	4	-	-	HR- брендинг как инновационный способ привлечения и удержания персонала
4	4	6	-	-	Оценка эффективности HR-бренда
Итого:		18	-	-	X

##### **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	-	-	Методы оценки эффективности системы обучения и развития персонала
2	2	4	-	-	Отбор, подбор, найм HR
3	3	4	-	-	Современные HR технологии в организации
4	4	6	-	-	Внешний и внутренний HR-брендинг
Итого:		18	-	-	X

##### **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	ОФО		
1	2	3	4	5	6	7
1	1	11	-	-	Анализ внешних и внутренних факторов стратегии HR-бренда.	Подготовка к устному опросу, подготовка к презентации
2	2	11	-	-	Технологии привлечения и удержания персонала: традиционные и современные.	Подготовка к выполнению кейсов, Подготовка к выполнению практической контрольной работы презентации
3	3	11	-	-	Инструменты реализации внутреннего HR- брендинга.	Подготовка к тестам
4	4	12	-	-	Методы оценки HR-бренда организации.	Подготовка к дискуссии Подготовка презентации
5	1-6	27	-	-	-	Подготовка к экзамену выполнение контрольной работы (ЗФО)
Итого:		72	-	-	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

Контрольные работы учебным планом не предусмотрены.

### 8. Оценка результатов освоения дисциплины

8.1. Критерии оценивания степени полноты и качества освоения компетенций в соответствии с планируемыми результатами обучения приведены в Приложении 1.

8.2. 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

№ п/п	Виды мероприятий в рамках текущего контроля	Количество баллов
1	2	3
1 текущая аттестация		
1.1	Устный опрос по разделу: HR-брендинг: понятие, содержание	10
1.2	Готовая презентация по теме «Эволюция концепций управления персоналом».	20
ИТОГО за первую текущую аттестацию		30
2 текущая аттестация		
2.1	Разбор кейсов по разделу: Анализ ключевых факторов стратегии HR-бренда организации	15
2.2	Контрольное практическое задание по разделу: Анализ ключевых факторов стратегии HR-бренда организации	15
ИТОГО за вторую текущую аттестацию		30
3 текущая аттестация		
3.1	Выполнение тестовых заданий по разделу: HR- брендинг как инновационный способ привлечения и удержания персонала	10
3.2	Дискуссия по теме «Внешний и внутренний HR – брендинг»	15
3.3	Готовая презентация по теме «Внешний и внутренний брендинг»	15
ИТОГО за третью текущую аттестацию		40
<b>ВСЕГО</b>		<b>100</b>

## 9. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

9.1. Перечень рекомендуемой литературы представлен в Приложении 2.

9.2. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

- Электронный каталог/Электронная библиотека ТИУ <http://webirbis.tsogu.ru/>
- Цифровой образовательный ресурс – библиотечная система IPR SMART — <https://www.iprbookshop.ru/>
- Электронно-библиотечная система «Консультант студента» [www.studentlibrary.ru](http://www.studentlibrary.ru)
- Электронно-библиотечная система «Лань» <https://e.lanbook.com>
- Образовательная платформа ЮРАЙТ [www.urait.ru](http://www.urait.ru)
- Научная электронная библиотека ELIBRARY.RU <http://www.elibrary.ru>
- Национальная электронная библиотека (НЭБ)
- Библиотеки нефтяных вузов России:
- Электронная нефтегазовая библиотека РГУ нефти и газа им. Губкина <http://elib.gubkin.ru/>,
- Электронная библиотека Уфимского государственного нефтяного технического университета <http://bibl.rusoil.net/>,
- Библиотечно-информационный комплекс Ухтинского государственного технического университета УГТУ <http://lib.ugtu.net/books>
- Электронная справочная система нормативно-технической документации «Технорматив»
- ЭКБСОН- информационная система доступа к электронным каталогам библиотек сферы образования и науки

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

1. Microsoft Office Professional Plus;

## 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

#### Обеспеченность материально-технических условий реализации ОПОП ВО

№ п/п	Наименование учебных предметов, курсов, дисциплин (модулей), практики, иных видов учебной деятельности, предусмотренных учебным планом образовательной программы	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 и используемого программного обеспечения	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	2	3	4
1	HR-брендинг	<p>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.</p> <p>Практические занятия: Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа (практические, лабораторные занятия); групповых и индивидуальных консультаций; текущего контроля и промежуточной аттестации. Оснащенность: Учебная мебель: столы, стулья, доска аудиторная.</p>	<p>625039, Тюменская область, г. Тюмень, ул. Мельникайте, д.70</p> <p>625039, Тюменская область, г. Тюмень, ул. Мельникайте, д.70</p>

### 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.

Самостоятельная работа: методические рекомендации по организации самостоятельной работы для обучающихся всех направлений подготовки (уровень бакалавриата) и форм обучения / сост. С.С. Ситёва, отв. редактор М.Л. Белоножко; Тюменский индустриальный университет. – Тюмень: Издательский центр БИК ТИУ, 2020. – 16 с.

### Планируемые результаты обучения для формирования компетенции и критерии их оценивания

Дисциплина: HR-брендинг

Код направления подготовки: 43.03.03 Гостиничное дело

Направленность (профиль): Индустрия гостеприимства и туризма

Код компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Код и наименование результата обучения по дисциплине	Критерии оценивания результатов обучения			
			1-2	3	4	5
1	2	3	4	5	6	7
<b>ПКС-1.</b> 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	Знает З.1 основы организации, планирования и контроля деятельности подчиненных	Не знает основы организации, планирования и контроля деятельности подчиненных	Демонстрирует отдельные знания основ организации, планирования и контроля деятельности подчиненных	Демонстрирует достаточные знания основ организации, планирования и контроля деятельности подчиненных	Демонстрирует исчерпывающие знания основ организации, планирования и контроля деятельности подчиненных
		Умеет У.1 использовать наставничество, делегирование, коучинг и другие современные формы развития руководящего состава и ключевых сотрудников департаментов (служб, отделов) гостиничного комплекса.	Не умеет. использовать наставничество, делегирование, коучинг и другие современные формы развития руководящего состава и ключевых сотрудников департаментов (служб, отделов) гостиничного комплекса.	Умеет использовать наставничество, делегирование, коучинг и другие современные формы развития руководящего состава и ключевых сотрудников департаментов (служб, отделов) гостиничного комплекса, допуская незначительные ошибки	Хорошо умеет использовать наставничество, делегирование, коучинг и другие современные формы развития руководящего состава и ключевых сотрудников департаментов (служб, отделов) гостиничного комплекса.	В совершенстве умеет использовать наставничество, делегирование, коучинг и другие современные формы развития руководящего состава и ключевых сотрудников департаментов (служб, отделов) гостиничного комплекса.

Код компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Код и наименование результата обучения по дисциплине	Критерии оценивания результатов обучения			
			1-2	3	4	5
1	2	3	4	5	6	7
	ПКС-1.2 использует стратегические и тактические методы анализа потребности департаментов (служб, отделов) гостиничного комплекса в материальных ресурсах и персонале	Знает З.2 методы анализа потребности департаментов (служб, отделов) гостиничного комплекса в материальных ресурсах и персонале	Не знает методы анализа потребности департаментов (служб, отделов) гостиничного комплекса в материальных ресурсах и персонале	Демонстрирует отдельные знания методов анализа потребности департаментов (служб, отделов) гостиничного комплекса в материальных ресурсах и персонале	Демонстрирует достаточные знания методов анализа потребности департаментов (служб, отделов) гостиничного комплекса в материальных ресурсах и персонале	Демонстрирует исчерпывающие знания методов анализа потребности департаментов (служб, отделов) гостиничного комплекса в материальных ресурсах и персонале
		Умеет У.2 осуществлять координацию, контроль и управление деятельностью департаментов (служб, отделов) гостиничного комплекса	Не умеет осуществлять координацию, контроль и управление деятельностью департаментов (служб, отделов) гостиничного комплекса	Умеет осуществлять координацию, контроль и управление деятельностью департаментов (служб, отделов) гостиничного комплекса, допуская незначительные ошибки	Хорошо умеет осуществлять координацию, контроль и управление деятельностью департаментов (служб, отделов) гостиничного комплекса	В совершенстве умеет осуществлять координацию, контроль и управление деятельностью департаментов (служб, отделов) гостиничного комплекса

## КАРТА

## обеспеченности дисциплины учебной и учебно-методической литературой

Дисциплина: HR-брендинг

Код направления подготовки: 43.03.03 Гостиничное дело

Направленность (профиль): Индустрия гостеприимства и туризма

№ 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	2	3	4	5	6
1	Домнин, В. Н. Брендинг : учебник и практикум для вузов / В. Н. Домнин. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 493 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13539-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <a href="https://urait.ru/bcode/511517">https://urait.ru/bcode/511517</a>	ЭР*	25	100	+
2	Николенко, П. Г. Администрирование отеля : учебник и практикум для вузов / П. Г. Николенко, Т. Ф. Гаврильева. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 444 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16404-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <a href="https://urait.ru/bcode/530951">https://urait.ru/bcode/530951</a>	ЭР*	25	100	+
3	Королева, О. В. Брендинг туристских территорий : учебное пособие для вузов / О. В. Королева, Е. С. Милинчук. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 273 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15348-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <a href="https://urait.ru/bcode/520478">https://urait.ru/bcode/520478</a>	ЭР*	25	100	+
	Кирьянова, Л. Г. Маркетинг и брендинг туристских дестинаций : учебное пособие для вузов / Л. Г. Кирьянова. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 264 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9266-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <a href="https://urait.ru/bcode/490727">https://urait.ru/bcode/490727</a>	ЭР*	25	100	+

## Лист согласования

Внутренний документ "HR-брендинг\_2023\_43.03.03\_ИГТб"

Документ подготовил: Бибик Лариса Николаевна

Документ подписал: Белоножка Марина Львовна

Серийный номер ЭП	Должность	ФИО	ИО	Результат
	Заведующий кафедрой, имеющий ученую степень доктора наук	Белоножка Марина Львовна		Согласовано
	Специалист 1 категории		Радичко Диана Викторовна	Согласовано
	Директор	Каюкова Дарья Хрисановна		Согласовано