

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Клочков Юрий Сергеевич  
Должность: и.о. ректора  
Дата подписания: 23.09.2024 14:29:38  
Уникальный программный ключ:  
4e7c4ea90328ec8e65c5d8058549a2538d7400d1

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ  
ФЕДЕРАЦИИ**

Федеральное государственное бюджетное  
образовательное учреждение высшего образования

**«ТЮМЕНСКИЙ ИНДУСТРИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

УТВЕРЖДАЮ

\_\_\_\_\_

«\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА**

дисциплины: HR-брендинг

направление подготовки: 43.03.03 Гостиничное дело

направленность (профиль): Индустрия гостеприимства и туризма

форма обучения: заочная

Рабочая программа разработана в соответствии с утвержденным учебным планом от 23.04.2024 г. и требованиями ОПОП 43.03.03 Гостиничное дело Индустрия гостеприимства и туризма к результатам освоения дисциплины

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры Маркетинга и муниципального управления  
протокол №

Зав. кафедрой \_\_\_\_\_ Белоножка Марина Львовна

Рабочую программу разработал:

доцент , к.с.н., доцент \_\_\_\_\_ Колтунова Юлия Ивановна

## 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 относится к дисциплинам части учебного плана формируемого участниками образовательных отношений образовательной программы.

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;

Содержание дисциплины является логическим продолжением содержания дисциплин:

Эффективные коммуникации

Менеджмент

Жизненные стратегии и психология влияния

Теория организации

Кросскультурный менеджмент

## 3. Результаты обучения по дисциплине

Процесс изучения дисциплины/модуля 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
ПКС-1 Способен осуществлять управление ресурсами и персоналом	ПКС-1.1 Осуществляет планирование и организацию деятельности	Знать: 31 основы организации, планирования и контроля деятельности подчиненных

департаментов (служб, отделов) организации сферы гостеприимства	департаментов (служб, отделов) гостиничного комплекса	Уметь: У1 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	Знать: 32 методы анализа потребности департаментов (служб, отделов) гостиничного комплекса в материальных ресурсах и персонале Уметь: У2 осуществлять координацию, контроль и управление деятельностью департаментов (служб, отделов) гостиничного комплекса

#### 4. Объем дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единиц 108 акад. часов.

Таблица 4.1

Курс / Семестр	Аудиторные занятия/контактная работа, час.			Самостоятельная работа, час.	Контроль, час.	Форма промежуточной аттестации
	Лекции	Практические занятия	Лабораторные занятия			
5 / 5	10	8		81	9	Экзамен, Контр. раб

#### 5. Структура и содержание дисциплины

##### 5.1. Структура дисциплины.

Структура дисциплины/модуля	Аудиторные занятия, час.			СРС, час.	Всего, час.	Код ИДК	Оценочные средства
	Л.	Пр.	Лаб.				
1. HR-брендинг: понятие, содержание							
1.1 HR-брендинг: понятие, содержание	2	2		20	24	ПКС-1.1-31, ПКС-1.1-У1, ПКС-1.2-32, ПКС-1.2-У2	Устный опрос Презентация
Итого по разделу	2	2		20	24		
2. Анализ ключевых факторов стратегии HR-бренда организации							
2.1 Анализ ключевых факторов стратегии HR-бренда организации	2	2		20	24	ПКС-1.1-31, ПКС-1.1-У1, ПКС-1.2-32, ПКС-1.2-У2	Кейсы, практическое контрольное задание
Итого по разделу	2	2		20	24		

3. HR- брендинг как инновационный способ привлечения и удержания персонала							
3.1 HR- брендинг как инновационный способ привлечения и удержания персонала	2	2		20	24	ПКС-1.1-31, ПКС-1.1-У1, ПКС-1.2-32, ПКС-1.2-У2	Тест
Итого по разделу	2	2		20	24		
4. Оценка эффективности HR-бренда							
4.1 Оценка эффективности HR-бренда	4	2		21	27	ПКС-1.1-31, ПКС-1.1-У1, ПКС-1.2-32, ПКС-1.2-У2	Дискуссия, презентация
Итого по разделу	4	2		21	27		
Экзамен, Контрольная работа				9	9		Вопросы к экзамену
Итого по дисциплине	10	8		90	108		

## 5.2. Содержание дисциплины

### 1. HR-брендинг: понятие, содержание

#### 1.1 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.

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

#### 2.1 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.

### 3. HR- брендинг как инновационный способ привлечения и удержания персонала

### 3.1 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

## 4. Оценка эффективности HR-бренда

### 4.1 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

Номер раздела дисциплины	Объем, час.	Тема лекционного занятия
1. HR-брендинг: понятие, содержание	2	HR-брендинг: понятие, содержание
2. Анализ ключевых факторов стратегии HR-бренда организации	2	Анализ ключевых факторов стратегии HR-бренда организации
3. HR- брендинг как инновационный способ привлечения и удержания персонала	2	HR- брендинг как инновационный способ привлечения и удержания персонала
4. Оценка эффективности HR-бренда	4	Оценка эффективности HR-бренда

#### Практические занятия

Номер раздела дисциплины	Объем, час.	Тема практического занятия
1. HR-брендинг: понятие, содержание	2	HR-брендинг: понятие, содержание
2. Анализ ключевых факторов стратегии HR-бренда организации	2	Анализ ключевых факторов стратегии HR-бренда организации
3. HR- брендинг как инновационный способ привлечения и удержания персонала	2	HR- брендинг как инновационный способ привлечения и удержания персонала
4. Оценка эффективности HR-бренда	2	Оценка эффективности HR-бренда

#### Самостоятельная работа студента

Номер раздела дисциплины	Объем, час.	Тема	Вид СРС
1. HR-брендинг: понятие, содержание	20	HR-брендинг: понятие, содержание	Подготовка к устному опросу, подготовка презентации

2. Анализ ключевых факторов стратегии HR-бренда организации	20	Анализ ключевых факторов стратегии HR-бренда организации	Подготовка к выполнению кейсов, подготовка к выполнению практической контрольной работы, презентации
3. HR- брендинг как инновационный способ привлечения и удержания персонала	20	HR- брендинг как инновационный способ привлечения и удержания персонала	Подготовка к тестам
4. Оценка эффективности HR-бренда	21	Оценка эффективности HR-бренда	Подготовка к дискуссии Подготовка презентации

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**

не предусмотрено

## **7. Контрольные работы**

1. Взаимосвязь элементов HR-бренда.
2. Пирамида ценностей работников.
3. Коммуникационные послания HR-бренда.
4. Основные каналы коммуникаций внутреннего маркетинга.
5. IT-технологии в построении HR-бренда.
6. Цифровизация кадровых процессов в стратегии HR-бренда.
7. Ценностное предложение HR-бренда.
8. Модель взаимосвязи бренда работодателя и бренда товара.
9. Междисциплинарный характер HR-бренда.
10. Положения концепции когнитивного маркетинга Ч.Остгуда.
11. Модель HR-бренда Бакхаус и Тику.
12. Модель HR-бренда Катона и Мачиошека.
13. Влияние бренда работодателя на вовлеченность персонала (Эмблер).
14. Лестница вовлеченности HR-бренда.
15. Понятие и модель «talentrelationshipmanagement» (TRM).
16. Мифодизайн элементов бренд-стиля.
17. Современная практика HR брендинга.
18. Лучшие практики HR-брендинга в России и за рубежом.
19. Распределение зон ответственности за реализацию HR-брендинга в организации.

20. Анализ приоритетных мероприятий в области HR-бренда.
21. Рекрутинговый брендинг: содержание и назначение.
22. Социальные медиа в HR-брендинге.
23. Показатели эффективности HR-бренда.
24. Эффекты от введения HR-бренда российских компаний.
25. Исследования компании Headhunter в области HR-брендинга.
26. Рекламный бренд-слоган в технологиях HR.
27. Методы управления бренд-инновациями.
28. Характеристика бренд-символов, используемых в технологиях HR.
29. HR-бренд и корпоративная культура.
30. HR-брендинг как эффективный инструмент рекрутмента персонала.

## 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 представлена ниже.

Номер курса 5

Таблица 8.1

№ п/п	Виды мероприятий в рамках текущего контроля	Количество баллов
1	Устный опрос по разделу: HR-брендинг: понятие, содержание	10
2	Готовая презентация по теме «Эволюция концепций управления персоналом»	20
3	Разбор кейсов по разделу: Анализ ключевых факторов стратегии HR-бренда организации	15
4	Контрольное практическое задание по разделу: Анализ ключевых факторов стратегии HR-бренда организации	15
5	Выполнение тестовых заданий по разделу: HR-брендинг как инновационный способ привлечения и удержания персонала	10
6	Дискуссия по теме «Внешний и внутренний HR – брендинг»	15
7	Готовая презентация по теме «Внешний и внутренний брендинг»	15
	Итого:	100
	ВСЕГО:	100

## 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)

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

Microsoft Office Professional Plus

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

№ п/п	Перечень оборудования, необходимого для освоения дисциплины	Перечень технических средств обучения, необходимых для освоения дисциплины/модуля (демонстрационное оборудование)
1	Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа; групповых и индивидуальных консультаций; текущего контроля и промежуточной аттестации	Учебная мебель: столы, стулья. Моноблок - 1 шт., проектор - 1 шт., акустическая система (колонки) - 2 шт., проекционный экран - 1 шт., микрофон - 1 шт., документ-камера - 1 шт.
2	Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа (практические занятия); групповых и индивидуальных консультаций; текущего контроля и промежуточной аттестации	Учебная мебель: столы, стулья. Моноблок - 1 шт., проектор - 1 шт., акустическая система (колонки) - 2 шт., проекционный экран - 1 шт., микрофон - 1 шт., документ-камера - 1 шт.

### 11. Методические указания по организации СРС

Изложены в МР

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, направление подготовки 43.03.03 Гостиничное дело

Направленность (профиль) Индустрия гостеприимства и туризма

Код компетенции	Код и наименование результата обучения по дисциплине (модулю)	Критерии оценивания результатов обучения			
		1-2	3	4	5
ПКС-1	Знать: ПКС-1.1-31 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
ПКС-1	Уметь: ПКС-1.1-У1 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

ПКС-1	Знать: ПКС-1.2-32 методы анализа потребности департаментов (служб, отделов) гостиничного комплекса в материальных ресурсах и персонале	Не знает методы анализа потребности департаментов в (служб, отделов) гостиничного комплекса в материальных ресурсах и персонале	Демонстрирует отдельные знания методов анализа потребности департаментов в (служб, отделов) гостиничного комплекса в материальных ресурсах и персонале	Демонстрирует достаточные знания методов анализа потребности департаментов в (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
ПКС-1	Уметь: ПКС-1.2-У2 осуществлять координацию, контроль и управление деятельностью департаментов (служб, отделов) гостиничного комплекса	Не умеет осуществлять координацию, контроль и управление деятельностью департаментов в (служб, отделов) гостиничного комплекса	Умеет осуществлять координацию, контроль и управление деятельностью департаментов в (служб, отделов) гостиничного комплекса, допуская незначительные ошибки	Хорошо умеет осуществлять координацию, контроль и управление деятельностью департаментов в (служб, отделов) гостиничного комплекса	В совершенстве умеет осуществлять координацию, контроль и управление деятельностью департаментов в (служб, отделов) гостиничного комплекса

**КАРТА**  
**обеспеченности дисциплины учебной и учебно-методической**  
**литературой**

Дисциплина HR-брендинг

Код, направление 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	Домнин, Владимир Николаевич. Брендинг : учебник и практикум для вузов / В. Н. Домнин. - 2-е изд., испр. и доп. - Москва : Юрайт, 2023. - 493 с. - (Высшее образование). - URL: <a href="https://urait.ru/bcode/511517">https://urait.ru/bcode/511517</a> .	ЭР*	30	100	+
2	Николенко, Полина Григорьевна. Администрирование отеля : учебник и практикум для вузов / П. Г. Николенко, Т. Ф. Гаврильева. - Москва : Юрайт, 2024. - 444 с. - (Высшее образование). - URL: <a href="https://urait.ru/bcode/543359">https://urait.ru/bcode/543359</a> .	ЭР*	30	100	+
3	Кириянова, Лилия Геннадьевна. Маркетинг и брендинг туристских дестинаций : учебное пособие для вузов / Л. Г. Кириянова. - Москва : Юрайт, 2024. - 264 с. - (Высшее образование). - URL: <a href="https://urait.ru/bcode/537625">https://urait.ru/bcode/537625</a> .	ЭР*	30	100	+
4	Сотников, Никита Захарович. Бенчмаркинг человеческих ресурсов (hr-бенчмаркинг) : учебное пособие для вузов / Н. З. Сотников ; ред. С. И. Сотникова. - Москва : Юрайт, 2023. - 242 с. - (Высшее образование). - URL: <a href="https://urait.ru/bcode/509487">https://urait.ru/bcode/509487</a> .	ЭР*	30	100	+

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

# Лист согласования 00ДО-0000713081

Внутренний документ "HR-брендинг\_2024\_43.03.03\_ИГТб"

Документ подготовил: Бибик Лариса Николаевна

Документ подписал: Белоножко Марина Львовна

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