


Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Клочков Юрий Сергеевич
Должность: и.о. ректора
Дата подписания: 20.05.2024 11:57:41
Уникальный программный ключ:
4e7c4ea90328ec8e65c5d8058549a2538d7400d1

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

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

УТВЕРЖДАЮ

 Председатель КСН
М.И. Белоножко
«28» 08 2020 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины: HR-брендинг

направление подготовки: 42.03.03 Гостиничное дело

направленность (профиль): Индустрия гостеприимства и туризма

форма обучения: очная/заочная

Рабочая программа разработана в соответствии с утвержденным учебным планом от 08.06.2020 г. и требованиями ОПОП по направлению подготовки 43.03.03 Гостиничное дело, направленность (профиль): Индустрия гостеприимства и туризма к результатам освоения дисциплины «HR-брендинг»

Рабочая программа рассмотрена на заседании кафедры маркетинга и муниципального управления

Протокол № 1 от «28» августа 2020 г.

Заведующий кафедрой  М.Л. Белоножко

Рабочую программу разработал:

Ю.И. Колтунова, доцент кафедры МиМУ, к.с.н, доцент



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 персоналотехнологий в условиях цифровизации кадровых процессов.

Основными задачами изучения курса являются:

- 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 разделы ФГОС: «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;

Результаты обучения по дисциплине

HR-брендинг

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)
ПКС-1. Способен осуществлять управление ресурсами и персоналом департаментов (служб, отде-	ПКС-1. 3.1.2. Знает теории мотивации персонала и обеспечения лояльности персонала	ПКС-1. 3.1.2. Знать теории мотивации персонала и обеспечения лояльности персонала
	Уметь ПКС-1. У.1.3. Использовать	Уметь ПКС-1. У.1.3. Использовать

лов) организации сферы гостеприимства	наставничество, делегирование, коучинг и другие современные формы развития руководящего состава и ключевых сотрудников департаментов (служб, отделов) гостиничного комплекса.	наставничество, делегирование, коучинг и другие современные формы развития руководящего состава и ключевых сотрудников департаментов (служб, отделов) гостиничного комплекса.
	ПКС-1. В.1.1. Владеть навыками деловых и межличностных коммуникаций, проведения совещаний и собраний в трудовом коллективе.	ПКС-1. В.1.1. Владеть навыками деловых и межличностных коммуникаций, проведения совещаний и собраний в трудовом коллективе.

3. Объем дисциплины

Общий объем дисциплины составляет 5 зачетных единиц, 180 час.

Таблица 4.1.

Форма обучения	Курс/ семестр	Аудиторные занятия/контактная работа, час.			Самостоятельная работа, час.	Форма промежуточной аттестации
		Лекции	Практические занятия	Лабораторные занятия		
1	2	3	4	5	6	7
очная	4/8	20/-	10/-	-	78+36/-	экзамен
заочная	А/А	-/10	-/10	-	-/115+9	Экзамен, контрольная работа
итого		20/10	10/10	-	114/124	х

4. 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	6/-	2/-	-	20/-	28/-	ПКС-1. 3.1.2 ПКС-1. У.1.3. ПКС-1. В.1.1.	Презентация
2	2	Анализ ключевых факторов стратегии HR-бренда	6/-	2/-	-	20/-	28/-	ПКС-1. 3.1.2	Презентация Тесты

№ 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
		организации						ПКС-1. У.1.3. ПКС-1. В.1.1.	
3	3	HR- брендинг как инновационный способ привлечения и удержания персонала	4/-	2/-	-	20/-	26/-	ПКС-1. 3.1.2 ПКС-1. У.1.3. ПКС-1. В.1.1.	Выполнение практической работы
4	4	Оценка эффективности HR-бренда	4/-	4/-	-	18/-	26/-	ПКС-1. 3.1.2 ПКС-1. У.1.3. ПКС-1. В.1.1.	Презентация Тесты
5	Экзамен		-	-	-	36/-	36/-	ПКС-1. 3.1.2 ПКС-1. У.1.3. ПКС-1. В.1.1.	Экзаменационные вопросы
Итого:			20/-	10/-	-	114/-	144/-		

заочная форма обучения (ОФО)

Таблица 5.1.2

№ 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	-	-/30	-/44	ПКС-1. 3.1.2 ПКС-1. У.1.3. ПКС-1. В.1.1.	Презентация
2	2	Анализ ключевых факторов стратегии HR-бренда организации	-/2	-/2	-	-/30	-/34	ПКС-1. 3.1.2 ПКС-1. У.1.3. ПКС-1. В.1.1.	Презентация Тесты

№ 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
3	3	HR- брендинг как инновационный способ привлечения и удержания персонала	-/4	-/2	-	-/30	-/36	. ПКС-1. 3.1.2 ПКС-1. У.1.3. ПКС-1. В.1.1.	Выполнение практической работы
4	4	Оценка эффективности HR-бренда	-/2	-/4	-	-/25	-/31	ПКС-1. 3.1.2 ПКС-1. У.1.3. ПКС-1. В.1.1.	Презентация Тесты
5	Экзамен		-	-	-	-/9	-/9	ПКС-1. 3.1.2 ПКС-1. У.1.3. ПКС-1. В.1.1.	Экзаменационные вопросы, контрольная работа
Итого:			-/10	-/10	-	-/124	-/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.

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	6/-	-/2	-	HR-брендинг: понятие, содержание
2	2	6/-	-/2	-	Анализ ключевых факторов стратегии HR-бренда организации
3	3	4/-	-/2	-	HR- брендинг как инновационный способ привлечения и удержания персонала
4	4	4/-	-/4	-	Оценка эффективности HR-бренда
Итого:		20/-	-/10	X	

Практические занятия

Таблица 5.2.2

№	Номер	Объем, час.	Тема практического занятия
---	-------	-------------	----------------------------

п/п	раздела дисциплины	ОФО	ЗФО	ОЗФО	
1	2	3	4	5	6
1	1	2/-	-/2		.Методы оценки эффективности системы обучения и развития персонала
2	2	2/-	-/2		Отбор, подбор, наймHR
3	3	2/-	-/2		Современные HR технологии в организации
4	4	4/-	-/4		Внешний и внутренний HR-брендинг
Итого:		10/-	-/10	X	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	20/-	-/30		Анализ внешних и внутренних факторов стратегии HR-бренда.	Подготовка презентации
2	2	20/-	-/30		Технологии привлечения и удержания персонала: традиционные и современные.	Подготовка презентации Подготовка к тестам
3	3	20/-	-/30		Инструменты реализации внутреннего HR- брендинга.	Подготовка к практическим занятиям (тесты, решение задач)
4	4	18/-	-/25		Методы оценки HR-бренда	Подготовка презентации Подготовка к практике

					организации.	ским занятиям (тесты, решение задач)
5	1-6	36/-	-/9	-	-	Подготовка к экзамену выполнение контрольной работы (ЗФО)
Итого:		114/-	-/124	X	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).

5. Тематика курсовых работ/проектов

Курсовые работы/проекты учебным планом не предусмотрены.

6. Контрольные работы

7.1 Методические указания для выполнения контрольных работ -/10 семестр

7.2. Тематика контрольных работ

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 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	Готовая презентация по теме «Эволюция концепций управления персоналом»..	10
1.2	Задание для работы в подгруппах по теме: Методы оценки эффективности системы обучения и развития персонала	20
ИТОГО за первую текущую аттестацию		30
2 текущая аттестация		
2.1	Разбор кейсов по теме: Отбор, подбор, найм HR	10
2.2	Выполнение тестовых заданий по теме. Современные HR технологии в организации	20
ИТОГО за вторую текущую аттестацию		30
3 текущая аттестация		
3.1	Готовая презентация по теме «Внешний и внутренний HR – брендинг»	20
3.2	Дискуссия по теме «Внешний и внутренний HR – брендинг»	10
3.4.	Итоговый тест	10
ИТОГО за третью текущую аттестацию		40
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

- ЭБС «Издательства Лань»;
- ЭБС «Электронного издательства ЮРАЙТ»;
- Собственная полнотекстовая база (ПБД) БИК ТИУ;
- Научная электронная библиотека «eLIBRARY.RU»;
- ЭБС «IPRbooks»;
- Научно-техническая библиотека ФГБОУ ВО РГУ нефти и газа имени И.М. Губкина;
- Научно-техническая библиотека ФГБОУ ВПО УГНТУ (г. Уфа);
- Научно-техническая библиотека ФГБОУ ВПО УГТУ (г. Ухта);
- ЭБС «Проспект»;

– ЭБС «Консультант студент»,

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

1. MicrosoftOfficeProfessionalPlus;
2. MicrosoftOfficeWindows

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 (демонстрационное оборудование)
1	Персональные компьютеры	Проектор, экран

11. Методические указания по организации СРС

11.1. Методические указания по выполнению контрольных работ для обучающихся всех направлений бакалавриата, заочной формы обучения / сост. С.С. Ситёва; отв. редактор М.Л. Белоножко Тюменский индустриальный университет. – Тюмень: Издательский центр БИК ТИУ, 2019– 24с.

11.2. Методические указания по организации самостоятельной работы.

Метод. рек. к организации самостоятельной работы обучающихся всех направлений подготовки бакалавриата, всех форм обучения / сост. С.С. Ситёва; отв. редактор М.Л. Белоножко Тюменский индустриальный университет. – Тюмень: Издательский центр БИК ТИУ, 2019– 32 с.

Планируемые результаты обучения для формирования компетенции и критерии их оценивания

Дисциплина: HR-брендинг

Код направление подготовки: 43.04.03 Гостиничное дело

Направленность (профиль): Индустрия гостеприимства и туризма

Код компетенции	Код и наименование результата обучения по дисциплине	Критерии оценивания результатов обучения			
		1-2	3	4	5
1	2	3	4	5	6
ПКС-1. Способен осуществлять управление ресурсами и персоналом департаментов (служб, отделов) организации сферы гостеприимства	ПКС-1. 3.1.2. Теории мотивации персонала и обеспечения лояльности персонала	Не владеет основами теории мотивации персонала и обеспечения лояльности персонала	Демонстрирует отдельные знания теорий мотивации персонала и обеспечения лояльности персонала	Демонстрирует достаточные знания теорий мотивации персонала и обеспечения лояльности персонала	Демонстрирует исчерпывающие знания Теории мотивации персонала и обеспечения лояльности персонала
	ПКС-1. У.1.3. 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.	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 результата обучения по дисциплине	Критерии оценивания результатов обучения			
		1-2	3	4	5
1	2	3	4	5	6
	ПКС-1. В.1.1. Владеть навыками деловых и межличностных коммуникаций, проведения совещаний и собраний в трудовом коллективе.	Не владеет навыками деловых и межличностных коммуникаций, проведения совещаний и собраний в трудовом коллективе.	Владеет навыками деловых и межличностных коммуникаций, проведения совещаний и собраний в трудовом коллективе.	Хорошо владеет навыками деловых и межличностных коммуникаций, проведения совещаний и собраний в трудовом коллективе.	В совершенстве владеет навыками деловых и межличностных коммуникаций, проведения совещаний и собраний в трудовом коллективе.

КАРТА

обеспеченности дисциплины учебной и учебно-методической литературой

Дисциплина: HR-брендинг

Код направления подготовки: 43.04.03 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	Садыкова, Хадия Нургалиевна. Организация производства и менеджмент [Текст] : учебное пособие / Х. Н. Садыкова, Н. Г. Хайруллина ; ТИУ. - Тюмень : ТИУ, 2019. - 110 с. - Библиогр.: с. 93. - ISBN 978-5-9961-2034-5 ГРНТИ 06.77	ЭР*	25	100	ЭБС IPRbooks
2	Дзялошинский, Иосиф Мордкович. Деловые коммуникации. Теория и практика [Текст] : Учебник для бакалавров / И. М. Дзялошинский. - М. : Издательство Юрайт, 2017. - 433 с. - (Бакалавр. Академический курс). - 4 экз.. - ISBN 978-5-9916-3044-3 УДК 316.6 http://www.biblio-online.ru/book/FAE8F042-C2C6-487B-97DF-1CF1215FA351	ЭР*	25	100	ЭБС «Юрайт»
3	Литвак, Борис Григорьевич. Стратегический менеджмент [Текст] : Учебник для бакалавров / Б. Г. Литвак. - М. : Издательство Юрайт, 2017. - 507 с. - (Бакалавр. Академический курс). - 4 экз.. - ISBN 978-5-9916-2929-4 УДК 33 http://www.biblio-online.ru/book/36DE9BEA-A585-46EE-A79F-7FB3FDC2B864	ЭР*	25	100	ЭБС «Лань»

Заведующий кафедрой МнМУ
« 25 » августа 2020 г.

Белоз М.Л. Белоножко

Директор БИК _____ Д.Х. Каюкова
« 25 » августа 2020 г.

С.И. Сидоров *М.П. Сидорова*