

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о документе  
ФИО: Клочков Юрий Сергеевич  
Должность: и.о. ректора  
Дата подписания: 09.04.2024 15:48:01  
Уникальный программный ключ:  
4e7c4ea90328ec8e65c5d8058549a2538d7400d1

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

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

**УТВЕРЖДАЮ**

Заместитель директора по УМР  
ИСОУ

\_\_\_\_\_ Т.А. Харитонова  
«23» июня 2022 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 для обучающихся по направлению подготовки 43.03.03  
Гостиничное дело, направленность (профиль): Индустрия гостеприимства и туризма.

Рабочая программа рассмотрена  
на заседании кафедры маркетинга и муниципального управления

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 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, 108час.

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	-	36	36	экзамен
заочная	5/10	10	8	-	81	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	-	9	17	ПКС-1.1 ПКС-1.2	Устный опрос Презентация (приложение 1)
2	2	Анализ ключевых факторов стратегии HR-бренда организации	4	4	-	9	17	ПКС-1.1 ПКС-1.2	Кейсы, практическое контрольное задание (приложение 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
3	3	HR- брендинг как инновационный способ привлечения и удержания персонала	4	4	-	9	17	ПКС-1.1 ПКС-1.2	Тест (приложение 3)
4	4	Оценка эффективности HR-бренда	6	6	-	9	21	ПКС-1.1 ПКС-1.2	Дискуссия, Презентация (приложение 4)
5	Экзамен		-	-	-	36	36	ПКС-1.1 ПКС-1.2	Экзаменационные вопросы (приложение 5)
Итого:			18	18	-	72	108		

### 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	-	20	24	ПКС-1.1 ПКС-1.2	Устный опрос Презентация (приложение 1)
2	2	Анализ ключевых факторов стратегии HR-бренда организации	2	2	-	20	24	ПКС-1.1 ПКС-1.2	Кейсы, практическое контрольное задание (приложение 2)
3	3	HR- брендинг как инновационный способ привлечения и удержания персонала	2	2	-	20	24	ПКС-1.1 ПКС-1.2	Тест (приложение 3)
4	4	Оценка эффективности HR-бренда	4	2	-	21	27	ПКС-1.1 ПКС-1.2	Дискуссия, Презентация (приложение 4)
5	Экзамен		-	-	-	9	9	ПКС-1.1 ПКС-1.2	Экзаменационные вопросы (приложение 5)
Итого:			10	8	-	90	108		

## **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	2	-	HR-брендинг: понятие, содержание
2	2	4	2	-	Анализ ключевых факторов стратегии HR-бренда организации
3	3	4	2	-	HR- брендинг как инновационный способ привлечения и удержания персонала
4	4	6	4	-	Оценка эффективности HR-бренда
Итого:		18	10	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	2	-	Методы оценки эффективности системы обучения и развития персонала
2	2	4	2	-	Отбор, подбор, наймHR
3	3	4	2	-	Современные HR технологии в организации
4	4	6	2	-	Внешний и внутренний HR-брендинг
Итого:		18	8	-	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	ОЗФО		
1	2	3	4	5	6	7
1	1	9	20	-	Анализ внешних и внутренних факторов стратегии HR-бренда.	Подготовка к устному опросу, подготовка к презентации
2	2	9	20	-	Технологии привлечения и удержания персонала: традиционные и совре-	Подготовка к выполнению кейсов, Подготовка к выполнению

					менные.	практической контрольной работы презентации
3	3	9	20	-	Инструменты реализации внутреннего HR-брендинга.	Подготовка к тестам
4	4	9	21	-	Методы оценки HR-бренда организации.	Подготовка к дискуссии Подготовка презентации
5	1-6	36	9	-	-	Подготовка к экзамену выполнение контрольной работы (ЗФО)
Итого:		72	90	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).

## 6. Тематика курсовых работ/проектов

Курсовые работы/проекты учебным планом не предусмотрены.

## 7. Контрольные работы (для ЗФО)

7.1. Методические указания для выполнения контрольных работ.

Контрольная работа: методические рекомендации по выполнению контрольных работ для обучающихся всех направлений подготовки (уровень бакалавриата) заочной формы обучения / сост. С.С. Ситёва, отв. редактор Белоножка М.Л.; Тюменский индустриальный университет. – Тюмень: Издательский центр БИК ТИУ, 2020. – 22 с.

7.2. Тематика контрольных работ.

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 очной формы обучения представлена в таблице 8.1.

Таблица 8.1

№ п/п	Виды мероприятий в рамках текущего контроля	Количество баллов
1	2	3
<b>1 текущая аттестация</b>		
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
<b>2 текущая аттестация</b>		
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
<b>3 текущая аттестация</b>		
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>

8.3. 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	2	3
1	Устный опрос по разделу: HR-брендинг: понятие, содержание	10
2	Готовая презентация по теме «Эволюция концепций управления	20

№ п/п	Виды мероприятий в рамках текущего контроля	Количество баллов
1	2	3
	персоналом».	
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
	<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.

**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. Компьютер в комплекте, проектор, проекционный экран.</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, 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	2	3	4	5	6
1	Рожков, И. Я. Брендинг : учебник для бакалавров / И. Я. Рожков, В. Г. Кисмерешкин. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 331 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3284-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <a href="https://urait.ru/bcode/484939">https://urait.ru/bcode/484939</a> (дата обращения: 13.07.2022).	ЭР*	25	100	+
2	Николенко, П. Г. Администрирование отеля : учебник и практикум для вузов / П. Г. Николенко, Т. Ф. Гаврильева. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 451 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13127-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <a href="https://urait.ru/bcode/476803">https://urait.ru/bcode/476803</a> (дата обращения: 13.07.2022).	ЭР*	25	100	+
3	Чуваткин, П. П. Управление персоналом гостиничных предприятий : учебник для вузов / П. П. Чуваткин, С. А. Горбатов ; под редакцией П. П. Чуваткина. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 280 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12384-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <a href="https://urait.ru/bcode/494451">https://urait.ru/bcode/494451</a> (дата обращения: 13.07.2022).	ЭР*	25	100	+

## Лист согласования

Внутренний документ "HR-брендинг\_2022\_43.03.03\_ИГТб"

Документ подготовил: Бибик Лариса Николаевна

Документ подписал: Харитоновна Татьяна Александровна

Серийный номер ЭП	Должность	ФИО	ИО	Результат
	Специалист 1 категории		Радичко Диана Викторовна	Согласовано
	Директор	Каюкова Дарья Хрисановна	Вацек Татьяна Александровна	Согласовано
	Директор института	Воронин Александр Владимирович	Харитоновна Татьяна Александровна	Согласовано
	Заведующий кафедрой, имеющий ученую степень доктора наук	Белоножко Марина Львовна		Согласовано