

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

**«Пермский национальный исследовательский
политехнический университет»
(ПНИПУ)**



УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебной работе

Н.В.Лобов

« 17 » февраля 2021 г.

ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ПРОГРАММА
ПОВЫШЕНИЯ КВАЛИФИКАЦИИ

«Специалист по управлению брендом работодателя»

Пермь – 2021

1. Общая характеристика программы

1.1. Цель реализации программы

Целью реализации программы является формирование системы знаний, умений и навыков в области управления брендом работодателя для повышения конкурентоспособности компании на внешнем и внутреннем рынках труда.

Повышение квалификации в рамках данной программы должно обеспечить освоение слушателями основ управления брендом работодателя; методологии и инструментов анализа, формирования и продвижения бренда работодателя.

В процессе обучения по программе решаются следующие задачи:

— изучаются основные положения теории и передовой практики компаний по управлению брендом работодателя;

— формируются умения проводить анализ существующего бренда работодателя по целевым аудиториям и каналам коммуникаций; разрабатывать решения по улучшению бренда работодателя;

— приобретаются навыки применения методов и инструментов анализа, формирования, продвижения и развития бренда работодателя.

В результате освоения образовательной программы формируются компетенции:

Универсальные:

— Системное и критическое мышление. УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач.

— Разработка и реализация проектов. УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений.

— Командная работа и лидерство. УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде.

Общепрофессиональные:

— ОПК-1. Способен применять знания (на промежуточном уровне) экономической, организационной, управленческой, социологической и психологической теорий, российского законодательства в части работы с персоналом при решении профессиональных задач.

— ОПК-2. Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных для решения задач в сфере управления персоналом.

— ОПК-3. Способен разрабатывать и осуществлять мероприятия, направленные на реализацию стратегии управления персоналом, обеспечивать их документационное сопровождение и оценивать организационные и социальные последствия.

— ОПК-4. Способен применять современные технологии и методы оперативного управления персоналом, вести документационное сопровождение и учет.

— ОПК-5. Способен использовать современные информационные технологии и программные средства для решения профессиональных задач.

Программа учитывает описание трудовых функций профессиональных стандартов:

«Специалист по управлению персоналом» рег. номер 559 код 07.003 (Приказ Минтруда России от 06.10.2015 № 691н.

«Специалист по подбору персонала (рекрутер)» рег. номер 570 код 33.012 (Приказ Минтруда России от 09.10.2015 № 717н.

и ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.03 «Управление персоналом» бакалавриат, приказ №955 МИНОБРНАУКИ России от 12.08.2020 г, зарегистрирован Министерством юстиции РФ, регистрационный № 59446 от 25.08.2020 г.

1.2. Компетенции слушателя, формируемые в результате обучения.

В результате обучения слушатель понимает концептуальные основы анализа, формирования, продвижения и развития бренда-работодателя, основы развития корпоративной культуры, управления изменениями и коммуникациями, управления проектами в HR – менеджменте. Применяя технологии и инструменты HR- менеджмента, умеет разрабатывать проекты и реализовывать мероприятия по управлению брендом работодателя.

В результате освоения программы слушатель должен приобрести следующие знания и умения, необходимые для качественного изменения компетенций, указанных в п.1.1.

знать:

- основы управления брендом работодателя: ключевые понятия, процесс, оценку эффективности; передовую практику управления брендом работодателя;

- технологии и инструменты анализа, формирования и продвижения бренда работодателя;

уметь:

- проводить анализ существующего бренда работодателя по внешним и внутренним целевым аудиториям и каналам коммуникаций; выявлять сильные и слабые стороны существующего бренда работодателя; разрабатывать проекты и мероприятия по совершенствованию бренда работодателя;

- управлять коммуникациями с целевыми аудиториями с целью продвижения бренда работодателя;

- оценивать эффективность проектов и мероприятий по анализу, формированию, продвижению и развитию бренда работодателя.

владеть:

- терминологией в области управления брендом работодателя: HR - бренд; HR-брендинг, бренд работодателя; ценностное предложение работодателя (EVP - Employee Value Proposition), карта пути кандидата и сотрудника (Candidate Journey Map, Employee Journey Map) и др.;

- методами и инструментами анализа, формирования, продвижения и развития бренда работодателя;

- методами формирования проектных команд для управления брендом работодателя;

- методами и инструментами продвижения бренда работодателя по различным каналам коммуникаций с учетом особенностей целевых аудиторий;

- методами и инструментами управления коммуникациями в компании.

демонстрировать способность и готовность:

- применять на практике полученные знания и навыки в области управления брендом работодателя: анализ, формирование, продвижение и развитие бренда работодателя, выстраивания коммуникаций с целевыми аудиториями, продвижения бренда работодателя на рынке труда в он-лайн и офлайн форматах;

- классифицировать целевые аудитории и выстраивать с ними коммуникативные стратегии, составлять контент план;

- учитывать особенности HR – менеджмента в компании при формировании и разработке бренда работодателя, реализации проектов по развитию бренда работодателя.

1.3. Требования к уровню подготовки поступающего на обучение (категория слушателей)

Категории слушателей: руководители и специалисты предприятий различных сфер деятельности, безработные мужчины и женщины, желающие повысить квалификацию по данной образовательной программе.

Лица, желающие освоить программу курса повышения квалификации, должны иметь/получать среднее профессиональное или высшее образование.

Наличие указанного образования должно подтверждаться документом государственного или установленного образца.

1.4. Трудоемкость обучения – 72 часа.

1.5. Форма обучения – Очная с использованием дистанционных образовательных технологий.

1.6. Документ, выдаваемый по результатам освоения программы
Удостоверение о повышении квалификации установленного образца

2. Содержание программы

2.1. Учебный план программы повышения квалификации

№	Наименование разделов (модулей)	Трудоемкость, час	Аудиторные занятия, в т.ч. с использованием дистанционных образовательных технологий, час.		Формы аттестации
			Лекционные и практические занятия	Самостоятельная работа	
1.	Модуль 1. Основы управления брендом работодателя	10	8	2	-
2.	Модуль 2. Анализ существующего бренда работодателя на внутреннем и внешнем рынках труда	23	18	5	-
3.	Модуль 3. Формирование бренда работодателя	21	16	5	-
4.	Модуль 4. Продвижение бренда работодателя	11	8	3	-
5.	Модуль 5. Управление брендом работодателя: оценка эффективности и защита перед руководителями	5	4	1	
6.	Итоговая аттестация	2	-	-	Итоговый зачет
Итого		72	54	16	2

2.2. Учебно-тематический план программы повышения квалификации

№	Наименование разделов (модулей)	Трудоемкость, час	Аудиторные занятия, в т.ч. с использованием дистанционных образовательных технологий, час.		Формы аттестации
			Лекционные и практические занятия	Самостоятельная работа	
1.	Модуль 1. Основы управления брендом работодателя	10	8	2	-
1.1	Тема 1. Маркетинговый подход в управлении персоналом. Бренд работодателя как конкурентное преимущество	2,5	2	0,5	-
1.2	Тема 2. Бренд работодателя: базовые ключевые понятия	2,5	2	0,5	-
1.3	Тема 3. Основы формирования бренда работодателя	2,5	2	0,5	-
1.4	Тема 4. Управление брендом работодателя: цикл PDCA, бюджет и эффективность	2,5	2	0,5	-
2.	Модуль 2. Анализ существующего бренда работодателя на внутреннем и внешнем рынках труда	23	18	5	-
2.1	Тема 5. Исследование бренда работодателя: методология и инструменты	3	2	1	-
2.2	Тема 6. Исследование внутренней целевой аудитории (сотрудники) – опыт сотрудника: карта пути сотрудника (Employee Journey Map), точки контакта, каналы коммуникаций	5	4	1	-
2.3	Тема 7. Исследование внешней целевой аудитории (соискатели и потенциальные кандидаты) – опыт кандидата: карта пути кандидата (Candidate Journey Map), точки контакта, каналы коммуникаций	5	4	1	-
2.4	Тема 8. Исследование конкурентной среды на рынке труда	5	4	1	-
2.5	Тема 9. Результаты исследований бренда работодателя: SWOT-анализ	5	4	1	-
3.	Модуль 3. Формирование бренда работодателя	21	16	5	-
3.1	Тема 10. Стратегия формирования бренда работодателя	3	2	1	-
3.2	Тема 11. Разработка концепции бренда работодателя	5	4	1	-
3.3	Тема 12. Актуализация карты пути	5	4	1	-

	кандидата (СJM) и карты пути сотрудника (EJM)				
3.4	Тема 13. Формирование ценностного предложения (EVP)	5	4	1	-
3.5	Тема 14. Формирование бюджета на управление брендом работодателя	3	2	1	-
4.	Модуль 4. Продвижение бренда работодателя	11	8	3	-
4.1	Тема 15. Выбор каналов коммуникаций по целевым аудиториям	2,5	2	0,5	-
4.2	Тема 16. Интернет-маркетинг в продвижении бренда работодателя. Типы контента для продвижения. Медиаплан.	2,5	2	0,5	-
4.3	Тема 17. Создание и продвижение карьерного сайта. Создание LandingPage	3	2	1	-
4.4	Тема 18. Социальные сети для продвижения бренда работодателя, инструменты SMM.	3	2	1	-
5.	Модуль 5. Управление брендом работодателя: оценка эффективности и защита перед руководителями	5	4	1	-
5.1	Тема 19. Оценка эффективности проекта по управлению брендом работодателя	2,5	2	0,5	-
5.2	Тема 20. Как оформить и защитить проект	2,5	2	0,5	-
6	Итоговая аттестация	2	-	-	Итоговый зачет
Итого		72	54	16	2

3.2. Материально-технические условия

Наименование специализированных аудиторий, кабинетов, лабораторий	Вид занятий	Наименование оборудования, программного обеспечения
Лекционная аудитория	Лекции, практические занятия	Компьютер с выходом в сеть Интернет
Компьютерный класс	Практические занятия	офисный пакет приложений MicrosoftOffice

Требования к рабочему месту слушателя

При освоении программы с применением дистанционных технологий, слушателю необходимо организовать рабочее место, оборудованное компьютером с возможностью выхода в интернет. Минимальные требования по производительности рабочей станции слушателя: Windows 7, процессор IntelCore i3, ОЗУ 4,00 ГБ. Обязательно наличие звуковых колонок (аудиосистемы) или наушников. Подключение к Интернет со скоростью не менее 2 Мбит/с. На компьютере должны быть установлены следующие программы: специализированное ПО (TempestPetex, tNavigator), веб-браузер Google Chrome / MozillaFirefox /Opera, MicrosoftOffice, AdobeReader, Skype, электронная почта, архиватор, антивирус.

3.3. Кадровое обеспечение

Кадровое обеспечение программы реализуется научно-образовательным центром компетенций современных технологий управления производством ПНИПУ и ведущими специалистами-практиками по профилю осваиваемой слушателями программы, приглашаемыми из сторонних организаций.

Состав итоговой аттестационной комиссии по программе формируется из числа педагогических и научных работников университета, а также ведущих специалистов и практиков предприятий.

4. Оценка качества освоения программы (формы аттестации, оценочные материалы)

4.1. Формы аттестации

Текущая аттестация - не предусмотрена

Промежуточная аттестация - не предусмотрена

Итоговая аттестация – итоговый зачет

4.2. Оценочные материалы

Оценка качества освоения программы повышения квалификации проводится в отношении соответствия результатов освоения программы заявленным целям и планируемому результату обучения.

Итоговая аттестация проводится Итоговой аттестационной комиссией (ИАК) в виде итогового зачета в форме оценки выполнения перечня практических заданий, согласно таблице «Перечень практических заданий».

Оценка качества освоения программы осуществляется ИАК на основе двубальной системы оценок (зачтено/незачтено). Оценка «зачтено» ставится, если слушатель правильно выполнил более 75% практических заданий; «незачтено» - слушатель выполнил менее 75% практических заданий или выполнил неверно.

Слушателю успешно прошедшему итоговую аттестацию, получившему оценку «зачтено», выдается удостоверение о повышении квалификации.

С целью оценивания содержания и качества учебного процесса, а также отдельных преподавателей со стороны слушателей и работодателей проводится анкетирование, получение отзывов и др.

5. Составители программы:

Нагибина Н. И., к.э.н. доцент кафедры МиМ.

Программа разработана в Научно-образовательном центре компетенций современных технологий управления производством (НОЦ СТУП) ПНИПУ.

Программа обсуждена на рабочем заседании учебно-методического совета НОЦ СТУП (протокол № 5/4 от 15.02. 2021 г.).

Директор НОЦ СТУП



Р.Р. Зиннатуллин

СОГЛАСОВАНО

И.о. начальника УОТ



И. Л. Герасимчук