

АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

«HR-брендинг»

Дисциплина «HR-брендинг» является частью программы бакалавриата «Менеджмент (общий профиль , СУОС)» по направлению «38.03.02 Менеджмент».

Цели и задачи дисциплины

Цели: Формирование у студентов системы знаний, умений и навыков в области управления HR-брендом для повышения конкурентоспособности организации на внешнем и внутреннем рынках труда
Задачи: - Изучение основных положений теории и передовой практики компаний в области HR-брендинга - Формирование умения проводить анализ HR-бренда и разработку решений по его совершенствованию - Приобретение навыков применения методов и инструментов формирования, продвижения и развития HR-бренда организации.

Изучаемые объекты дисциплины

- Научные и практические подходы к HR-брендингу - Процессы формирования, продвижения и развития HR-бренда организации - Инструменты исследования HR-бренда на внешнем и внутреннем рынках труда - Моделирование HR-бренда организации.

Объем и виды учебной работы

Вид учебной работы	Всего часов	Распределение по семестрам в часах
		Номер семестра
		7
1. Проведение учебных занятий (включая проведение текущего контроля успеваемости) в форме:	54	54
1.1. Контактная аудиторная работа, из них:		
- лекции (Л)	14	14
- лабораторные работы (ЛР)		
- практические занятия, семинары и (или) другие виды занятий семинарского типа (ПЗ)	36	36
- контроль самостоятельной работы (КСР)	4	4
- контрольная работа		
1.2. Самостоятельная работа студентов (СРС)	90	90
2. Промежуточная аттестация		
Экзамен	36	36
Дифференцированный зачет		
Зачет		
Курсовой проект (КП)		
Курсовая работа (КР)		
Общая трудоемкость дисциплины	180	180

Краткое содержание дисциплины

Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием	Объем аудиторных занятий по видам в часах			Объем внеаудиторных занятий по видам в часах
	Л	ЛР	ПЗ	СРС
7-й семестр				
Модуль 3. Формирование, продвижение и развитие HR–бренда организации	6	0	16	40
Тема 8. Разработка концепции HR-бренда Тема 9. Формирование EVP (ценностного предложения работодателя) для внешней и внутренней целевых аудиторий Тема 10. Продвижение HR–бренда: амбассадоры, каналы коммуникаций Тема 11. Проекты по формированию, продвижению и развитию HR-бренда				
Модуль 2. Анализ HR–бренда организации	4	0	12	30
Тема 5. Исследование внешней и внутренней целевых аудиторий HR-бренда Тема 6. Анализ EVP (ценностного предложения работодателя) на внешнем и внутреннем рынках труда Тема 7. Анализ продвижения HR–бренда организации для внешней и внутренней целевых аудиторий				
Модуль1. Основы HR–брендинга	4	0	8	20
Тема 1. HR-брендинг как область маркетинга и управления человеческими ресурсами организации. Конкурентоспособность организации на внешнем и внутреннем рынках труда. Тема 2. Сущность, понятия и элементы HR-бренда. Основные процессы HR-брендинга. Оценка эффективности HR-бренда организации Тема 3. Лучшие практики HR–брендинга в отечественных и зарубежных компаниях				
ИТОГО по 7-му семестру	14	0	36	90
ИТОГО по дисциплине	14	0	36	90