

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. Применение цифровых технологий в профессиональной деятельности. 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 - Применение цифровых технологий в профессиональной деятельности.

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
		4
1. Проведение учебных занятий (включая проведение текущего контроля успеваемости) в форме:	86	86
1.1. Контактная аудиторная работа, из них:		
- лекции (Л)	16	16
- лабораторные работы (ЛР)		
- практические занятия, семинары и (или) другие виды занятий семинарского типа (ПЗ)	66	66
- контроль самостоятельной работы (КСР)	4	4
- контрольная работа		
1.2. Самостоятельная работа студентов (СРС)	130	130
2. Промежуточная аттестация		
Экзамен		
Дифференцированный зачет	9	9
Зачет		
Курсовой проект (КП)		
Курсовая работа (КР)		
Общая трудоемкость дисциплины	216	216

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
4-й семестр				
Модуль 2. Анализ HR-бренда организации	6	0	27	51
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, в том числе применение цифровых технологий в профессиональной деятельности				
Модуль 3. Формирование, продвижение и развитие HR-бренда организации	6	0	27	51
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, в том числе применение цифровых технологий в профессиональной деятельности				
Модуль 1. Основы HR-брендинга	4	0	12	28
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, в том числе применение цифровых технологий в профессиональной деятельности.				
ИТОГО по 4-му семестру	16	0	66	130
ИТОГО по дисциплине	16	0	66	130