

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



**Пермский национальный исследовательский  
политехнический университет**

**УТВЕРЖДАЮ**

Проректор по образовательной  
деятельности

 А.Б. Петроченков

« 01 » сентября 20 22 г.

### **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**Дисциплина:** HR-брендинг  
(наименование)

**Форма обучения:** очная  
(очная/очно-заочная/заочная)

**Уровень высшего образования:** бакалавриат  
(бакалавриат/специалитет/магистратура)

**Общая трудоёмкость:** 180 (5)  
(часы (ЗЕ))

**Направление подготовки:** 38.03.02 Менеджмент  
(код и наименование направления)

**Направленность:** Менеджмент (общий профиль , СУОС)  
(наименование образовательной программы)

## 1. Общие положения

### 1.1. 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, в том числе с применением цифровых технологий и сервисов 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, в том числе с применением цифровых технологий в профессиональной деятельности
- Приобретение навыков применения методов и инструментов формирования, продвижения и развития HR-бренда организации, в том числе с применением цифровых технологий в профессиональной деятельности

### 1.2. 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

### 1.3. Входные требования

Не предусмотрены

## 2. Планируемые результаты обучения по дисциплине

Компетенция	Индекс индикатора	Планируемые результаты обучения по дисциплине (знать, уметь, владеть)	Индикатор достижения компетенции, с которым соотнесены планируемые результаты обучения	Средства оценки
ПК-1.5	ИД-1ПК-1.5	Знает основы формирования, продвижения и развития HR-бренда, в том числе цифровые технологии и сервисы для профессиональной деятельности	Знает современные концепции и лучшие практики УЧР в областях формирования штата, управления эффективностью, обучения и развития персонала, социально-трудовых отношений; научные основы управления поведением персонала и взаимоотношениями в организации	Экзамен

Компетенция	Индекс индикатора	Планируемые результаты обучения по дисциплине (знать, уметь, владеть)	Индикатор достижения компетенции, с которым соотнесены планируемые результаты обучения	Средства оценки
ПК-1.5	ИД-2ПК-1.5	Умеет проводить анализ HR-бренда организации на внешнем и внутреннем рынках труда; формировать ценностное предложение для целевых аудиторий; составлять план мероприятий по продвижению и развитию HR-бренда, в том числе с применением цифровых технологий в профессиональной деятельности	Умеет анализировать, прогнозировать и оценивать риски и возможности организации в области УЧР; разрабатывать мероприятия по привлечению, отбору и интеграции новых сотрудников компании; выбирать и адаптировать методики оценки персонала и системы оплаты труда, разрабатывать мероприятия по повышению эффективности персонала; программы обучения и развития персонала; мероприятия по формированию и продвижению HR-бренда на внешнем и внутреннем рынках труда; выявлять проблемы в области социально-трудовых отношений и разрабатывать корпоративные социальные программы	Индивидуальное задание
ПК-1.5	ИД-3ПК-1.5	Владеет инструментами и методами анализа HR-бренда, в том числе с использованием специальных программ, поисковых систем и Интернет-ресурсов; методами формирования, продвижения, развития и оценки эффективности HR-бренда, в том числе с применением цифровых технологий в профессиональной деятельности	Владеет методами анализа, проектирования и оптимизации рабочих процессов, условий труда и режимов рабочего времени, нормирования труда; планирования, анализа и контроля показателей по труду; навыками разработки регламентов в области управления персоналом; методами кадрового аудита; методами анализа кадровых рисков; навыками исследования рынка труда, поиска и привлечения персонала с использованием специальных программ, поисковых систем и	Индивидуальное задание

Компетенция	Индекс индикатора	Планируемые результаты обучения по дисциплине (знать, уметь, владеть)	Индикатор достижения компетенции, с которым соотнесены планируемые результаты обучения	Средства оценки
			Интернет-ресурсов; методиками исследования социальных процессов в организации, в том числе с использованием цифровых технологий и анализа больших данных; инструментами внутренних и внешних коммуникаций; методами программно-проектного управления в области УЧР	
ПК-2.3	ИД-1ПК-2.3	Знает цели и задачи проводимых исследований, современные методы и инструменты сбора и обработки информации, методы планирования и организации научных исследований и разработок в HR-брендинге, в том числе цифровые технологии и сервисы в профессиональной деятельности	Знает цели и задачи проводимых исследований; современные методы и инструменты сбора и обработки информации, методы планирования и организации научных исследований и разработок	Экзамен
ПК-2.3	ИД-2ПК-2.3	Умеет определять и применять подходящие инструменты и подготавливать комплексный план проведения исследования HR-бренда; анализировать текущую ситуацию на внутреннем и внешнем рынках труда; применять цифровые технологии и сервисы в HR-брендинге	Умеет применять методы сбора, средства хранения и обработки маркетинговой информации для проведения маркетингового исследования; определять подходящие маркетинговые инструменты и применять их для проведения маркетингового исследования; подготавливать комплексный план проведения маркетингового исследования; анализировать текущую рыночную конъюнктуру; составлять точное техническое задание для выполнения маркетингового	Индивидуальное задание

Компетенция	Индекс индикатора	Планируемые результаты обучения по дисциплине (знать, уметь, владеть)	Индикатор достижения компетенции, с которым соотнесены планируемые результаты обучения	Средства оценки
			исследования; применять цифровые технологии	
ПК-2.3	ИД-3ПК-2.3	Владеет навыками систематизации и обобщения больших объемов первичной и вторичной маркетинговой информации; проведения маркетинговых исследований HR-бренда; создания отчетов по результатам исследования, применения цифровых технологий и сервисов в HR - брендинге	Владеет навыками систематизации и обобщения больших объемов первичной и вторичной маркетинговой информации; проведения маркетинговых исследований разных типов и видов с использованием инструментов комплекса маркетинга; создания отчетов по результатам маркетингового исследования, применения цифровых технологий	Индивидуальное задание

### 3. 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	

#### 4. 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 1. Основы HR–брендинга. Цифровые технологии и сервисы в профессиональной деятельности.	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. Применение цифровых технологий и сервисов в профессиональной деятельности. Тема 3. Лучшие практики HR–брендинга в отечественных и зарубежных компаниях, в том числе применение цифровых технологий и сервисов в профессиональной деятельности				
Модуль 2. Анализ HR–бренда организации, в том числе с применением цифровых технологий и сервисов в профессиональной деятельности	4	0	12	30
Тема 5. Исследование внешней и внутренней целевых аудиторий HR-бренда, в том числе с применением цифровых технологий и сервисов в профессиональной деятельности Тема 6. Анализ EVP (ценностного предложения работодателя) на внешнем и внутреннем рынках труда, в том числе с применением цифровых технологий и сервисов в профессиональной деятельности Тема 7. Анализ продвижения HR–бренда организации для внешней и внутренней целевых аудиторий, в том числе с применением цифровых технологий и сервисов в профессиональной деятельности				

Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием	Объем аудиторных занятий по видам в часах			Объем внеаудиторных занятий по видам в часах
	Л	ЛР	ПЗ	СРС
Модуль 3. Формирование, продвижение и развитие HR–бренда организации, в том числе с применением цифровых технологий и сервисов в профессиональной деятельности	6	0	16	40
Тема 8. Разработка концепции HR-бренда, в том числе с применением цифровых технологий и сервисов в профессиональной деятельности Тема 9. Формирование EVP (ценностного предложения работодателя) для внешней и внутренней целевых аудиторий, в том числе с применением цифровых технологий и сервисов в профессиональной деятельности Тема 10. Продвижение HR–бренда: амбассадоры, каналы коммуникаций, цифровые технологии и сервисы Тема 11. Проекты по формированию, продвижению и развитию HR-бренда, в том числе с применением цифровых технологий и сервисов в профессиональной деятельности				
ИТОГО по 7-му семестру	14	0	36	90
ИТОГО по дисциплине	14	0	36	90

#### Тематика примерных практических занятий

№ п.п.	Наименование темы практического (семинарского) занятия
1	Сформировать и защитить систему показателей эффективности HR–бренда организации, в том числе с применением цифровых технологий и сервисов по выбору: Word, Excel, Miro, Canva, Mind map, Power Point и других
2	Провести исследование внешней и внутренней целевых аудиторий HR-бренда и представить полученные результаты, в том числе с применением цифровых технологий и сервисов по выбору: Word, Excel, Miro, Canva, Mind map, Power Point, Zoom, ЯндексТелемост и других
3	Провести аудит и анализ EVP (ценностного предложения работодателя) на внешнем и внутреннем рынках труда и представить полученные результаты, в том числе с применением цифровых технологий и сервисов по выбору: Word, Excel, Miro, Canva, Mind map, Power Point, Zoom, ЯндексТелемост и других
4	Составить и презентовать «Employee Journey Map»–карту пути сотрудника для анализа и актуализации HR–бренда, в том числе с применением цифровых технологий и сервисов по выбору: Word, Excel, Miro, Canva, Mind map, Power Point и других
5	Разработать и презентовать общую и по целевым аудиториям концепцию HR- бренда, в том числе с применением цифровых технологий и сервисов по выбору: Word, Excel, Miro, Canva, Mind map, Power Point и других
6	Сформировать, визуализировать и защитить EVP по целевым аудиториям, в том числе с применением цифровых технологий и сервисов по выбору: Word, Excel, Miro, Canva, Mind map, Power Point и других

№ п.п.	Наименование темы практического (семинарского) занятия
7	Разработать и презентовать стратегический план коммуникаций по продвижению HR – бренда, в том числе с применением цифровых технологий и сервисов по выбору: Word, Excel, Miro, Canva, Mind map, Power Point и других

## 5. Организационно-педагогические условия

### 5.1. Образовательные технологии, используемые для формирования компетенций

<p>Проведение лекционных занятий по дисциплине основывается на активном методе обучения, при котором учащиеся не пассивные слушатели, а активные участники занятия, отвечающие на вопросы преподавателя. Вопросы преподавателя нацелены на активизацию процессов усвоения материала, а также на развитие логического мышления. Преподаватель заранее намечает список вопросов, стимулирующих ассоциативное мышление и установление связей с ранее освоенным материалом.</p> <p>Практические занятия проводятся на основе реализации метода обучения действием: определяются проблемные области, формируются группы. При проведении практических занятий преследуются следующие цели: применение знаний отдельных дисциплин и креативных методов для решения проблем и принятия решений; отработка у обучающихся навыков командной работы, межличностных коммуникаций и развитие лидерских качеств; закрепление основ теоретических знаний.</p> <p>При проведении учебных занятий используются интерактивные лекции, групповые дискуссии, ролевые игры, тренинги и анализ ситуаций и имитационных моделей.</p>
---

### 5.2. Методические указания для обучающихся по изучению дисциплины

<p>При изучении дисциплины обучающимся целесообразно выполнять следующие рекомендации:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Изучение учебной дисциплины должно вестись систематически.</li> <li>2. После изучения какого-либо раздела по учебнику или конспектным материалам рекомендуется по памяти воспроизвести основные термины, определения, понятия раздела.</li> <li>3. Особое внимание следует уделить выполнению отчетов по практическим занятиям и индивидуальным комплексным заданиям на самостоятельную работу.</li> <li>4. Вся тематика вопросов, изучаемых самостоятельно, задается на лекциях преподавателем. Им же даются источники (в первую очередь вновь изданные в периодической научной литературе) для более детального понимания вопросов, озвученных на лекции.</li> </ol>
---

## 6. Перечень учебно-методического и информационного обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

### 6.1. Печатная учебно-методическая литература

№ п/п	Библиографическое описание (автор, заглавие, вид издания, место, издательство, год издания, количество страниц)	Количество экземпляров в библиотеке
<b>1. Основная литература</b>		
1	Кибанов А. Я. Управление персоналом организации: стратегия, маркетинг, интернационализация : учебное пособие для вузов / А. Я. Кибанов, И. Б. Дуракова. - Москва: ИНФРА-М, 2010.	20
2	Музыкант В. Л. Брендинг. Управление брендом : учебное пособие. Москва : РИОР : ИНФРА-М, 2020. 315 с. 20,0 усл. печ. л.	3



3	Патласов О. Ю. Маркетинг персонала : учебник для вузов / О. Ю. Патласов. - Москва: Дашков и К, 2015.	1
4	Патласов О. Ю. Маркетинг персонала : учебник для вузов / О. Ю. Патласов. - Москва: Дашков и К, 2016.	5
5	Ромат Е., Сендеров Д. Маркетинговые коммуникации : учебник для вузов. Санкт-Петербург [и др.] : Питер, 2018. 495 с. 39,990 усл. печ. л.	1
<b>2. Дополнительная литература</b>		
<b>2.1. Учебные и научные издания</b>		
1	Краснова Н. В. HR-стратегия: инструменты разработки и реализации / Н. В. Краснова. - Москва: Изд-во МФПА, 2011.	2
2	Музыкант В. Л. Брендинг. Управление брендом : учебное пособие / В. Л. Музыкант. - Москва: РИОР, ИНФРА-М, 2020.	3
3	Парабеллум А. Персонал от А до Я. Подбор, мотивация и удержание высокоэффективных сотрудников / А. Парабеллум, А. Белановский, Н. Мрочковский. - Санкт-Петербург и [др.]: Питер, 2013.	2
4	Хилл Н. Как измерить удовлетворённость клиентов : пер. со 2-го англ. изд. / Н. Хилл, Д. Брайерли, Р. Мак-Дуголл. - Москва: ИНФРА-М, 2010.	2
5	Чернатони Л. Брендинг. Как создать мощный бренд : учебник для вузов : пер. с англ. / Л. Чернатони, М. МакДональд. - Москва: ЮНИТИ, 2006.	3
<b>2.2. Периодические издания</b>		
	Не используется	
<b>2.3. Нормативно-технические издания</b>		
	Не используется	
<b>3. Методические указания для студентов по освоению дисциплины</b>		
	Не используется	
<b>4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студента</b>		
	Не используется	

## 6.2. Электронная учебно-методическая литература

Вид литературы	Наименование разработки	Ссылка на информационный ресурс	Доступность (сеть Интернет / локальная сеть; авторизованный / свободный доступ)
Дополнительная литература	Научно-аналитический журнал «Управленец»	<a href="http://upravlennets.usue.ru/">http://upravlennets.usue.ru/</a>	сеть Интернет; свободный доступ
Дополнительная литература	Пономарева Т.Н. Маркетинг персонала : Учебное пособие	<a href="https://elib.pstu.ru/vufind/Record/iprbooks88388">https://elib.pstu.ru/vufind/Record/iprbooks88388</a>	сеть Интернет; свободный доступ
Дополнительная литература	Управление персоналом: журнал	<a href="http://www.top-personal.ru/">http://www.top-personal.ru/</a>	сеть Интернет; свободный доступ

Вид литературы	Наименование разработки	Ссылка на информационный ресурс	Доступность (сеть Интернет / локальная сеть; авторизованный / свободный доступ)
Дополнительная литература	Электронное периодическое издание «Harvard Business Review Россия» («Гарвард Бизнес Ревью Россия»)	<a href="https://hbr-russia.ru/">https://hbr-russia.ru/</a>	сеть Интернет; свободный доступ
Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов	Адова, И. Б. Управление результативностью: обзор успешных корпоративных практик : учебное пособие. Управление результативностью: обзор успешных корпоративных практик. Новосибирск : Новосибирский государственный технический университет, 2018. 200 с.	<a href="https://elib.pstu.ru/Record/ipr91565">https://elib.pstu.ru/Record/ipr91565</a>	локальная сеть; свободный доступ
Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов	Баранова С. А. Основы брендинга : курс лекций и тестовые задания для студентов направления подготовки 42.03.01 «реклама и связи с общественностью». Сочи : СГУ, 2018. 98 с.	<a href="https://elib.pstu.ru/Record/lanRU-LAN-BOOK-147813">https://elib.pstu.ru/Record/lanRU-LAN-BOOK-147813</a>	локальная сеть; свободный доступ

### 6.3. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, используемое при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

Вид ПО	Наименование ПО
Операционные системы	MS Windows 8.1 (подп. Azure Dev Tools for Teaching )
Операционные системы	Windows 10 (подп. Azure Dev Tools for Teaching)
Офисные приложения.	Microsoft Office Professional 2007. лиц. 42661567

### 6.4. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

Наименование	Ссылка на информационный ресурс
База данных научной электронной библиотеки (eLIBRARY.RU)	<a href="https://elibrary.ru/">https://elibrary.ru/</a>
Научная библиотека Пермского национального исследовательского политехнического университета	<a href="http://lib.pstu.ru/">http://lib.pstu.ru/</a>
Электронно-библиотечная система Лань	<a href="https://e.lanbook.com/">https://e.lanbook.com/</a>
Электронно-библиотечная система IPRbooks	<a href="http://www.iprbookshop.ru/">http://www.iprbookshop.ru/</a>
Информационные ресурсы Сети КонсультантПлюс	<a href="http://www.consultant.ru/">http://www.consultant.ru/</a>

## **7. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине**

Вид занятий	Наименование необходимого основного оборудования и технических средств обучения	Количество единиц
Лекция	Презентационный комплекс: экран, проектор, компьютер	1
Практическое занятие	Презентационный комплекс: экран, проектор, компьютер	1

## **8. Фонд оценочных средств дисциплины**

Описан в отдельном документе

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего профессионального образования  
**«Пермский национальный исследовательский политехнический  
университет»**

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ**  
**для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине**  
**«HR - брендинг»**

*Приложение к рабочей программе дисциплины*

<b>Направление подготовки:</b>	38.03.02 Менеджмент
<b>Направленность (профиль) образовательной программы:</b>	Управление человеческими ресурсами
<b>Квалификация выпускника:</b>	Бакалавр
<b>Выпускающая кафедра:</b>	Менеджмент и маркетинг
<b>Форма обучения:</b>	Очная
<b>Форма промежуточной аттестации</b>	Экзамен

Пермь 2022 г.

**Фонд оценочных средств** для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине является частью (приложением) к рабочей программе дисциплины. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине разработан в соответствии с общей частью фонда оценочных средств для проведения промежуточной аттестации основной образовательной программы, которая устанавливает систему оценивания результатов промежуточной аттестации и критерии выставления оценок. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине устанавливает формы и процедуры текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине.

### 1. Перечень контролируемых результатов обучения по дисциплине, объекты оценивания и виды контроля

Согласно РПД освоение учебного материала дисциплины запланировано в течение одного семестра (7-го семестра учебного плана) и разбито на 11 учебных тем. В каждой теме предусмотрены аудиторские лекционные и практические занятия, а также самостоятельная работа студентов. В рамках освоения учебного материала дисциплины формируются компоненты компетенций *знать, уметь, владеть*, указанные в РПД, которые выступают в качестве контролируемых результатов обучения по дисциплине (табл. 1.1).

Контроль уровня усвоенных знаний, усвоенных умений и приобретенных владений осуществляется в рамках текущего, рубежного и промежуточного контроля при изучении теоретического материала, выполнении практических заданий и экзамена. Виды контроля сведены в таблицу 1.1.

Таблица 1.1. Перечень контролируемых результатов обучения по дисциплине

Контролируемые результаты освоения дисциплины (ЗУВы)	Вид контроля		
	Текущий	Рубежный	Промежуточная аттестация Экзамен
<b>Усвоенные знания</b>			
<b>З.1. Знает</b> основы формирования, продвижения и развития HR- бренда; в том числе цифровые технологии и сервисы для профессиональной деятельности	ТО	ПЗ	ТВ
<b>З.2. Знает</b> цели и задачи проводимых исследований; современные методы и инструменты сбора и обработки информации, методы планирования и организации научных исследований и разработок в HR- брендинге, в том числе цифровые технологии и сервисы в профессиональной деятельности	ТО	ПЗ	ТВ
<b>Освоенные умения</b>			
<b>У.1. Умеет</b> проводить анализ HR- бренда организации на внешнем и внутреннем рынках труда; формировать ценностное предложение для целевых аудиторий; составлять план мероприятий по продвижению и развитию HR – бренда, в том числе с применением цифровых технологий в профессиональной деятельности		ПЗ КР	ИЗ
<b>У.2. Умеет</b> определять и применять		ПЗ КР	ИЗ

подходящие инструменты и подготавливать комплексный план проведения исследования HR-бренда; анализировать текущую ситуацию на внутреннем и внешнем рынках труда; применять цифровые технологии и сервисы в HR-брендинге			
<b>Приобретенные владения</b>			
<b>В.1 Владеет</b> инструментами и методами анализа HR-бренда, в том числе с использованием специальных программ, поисковых систем и интернет-ресурсов; методами формирования, продвижения, развития и оценки эффективности HR-бренда, в том числе с применением цифровых технологий в профессиональной деятельности		ПЗ КР	ИЗ
<b>В.2. Владеет</b> навыками систематизации и обобщения больших объемов первичной и вторичной маркетинговой информации; проведения маркетинговых исследований HR-бренда; создания отчетов по результатам исследования, применения цифровых технологий и сервисов в HR-брендинге		ПЗ КР	ИЗ

ТО – теоретический опрос  
ПЗ – практическое задание  
ТВ – теоретический вопрос  
КР – контрольная работа  
ИЗ - индивидуальное задание

Итоговой оценкой достижения результатов обучения по дисциплине является промежуточная аттестация в виде экзамена, проводимая с учетом результатов текущего и рубежного контроля.

## **2. Виды контроля, типовые контрольные задания и шкалы оценивания результатов обучения**

Текущий контроль успеваемости имеет целью обеспечение максимальной эффективности учебного процесса, управление процессом формирования заданных компетенций обучаемых, повышение мотивации к учебе и предусматривает оценивание хода освоения дисциплины. В соответствии с Положением о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, специалитета и магистратуры в ПНИПУ предусмотрены следующие виды и периодичность текущего контроля успеваемости обучающихся:

- входной контроль, проверка исходного уровня подготовленности обучаемого и его соответствия предъявляемым требованиям для изучения данной дисциплины;
- текущий контроль усвоения материала (уровня освоения компонента «знать» заданных компетенций) на каждом групповом занятии и контроль посещаемости лекционных занятий;
- промежуточный и рубежный контроль освоения обучаемыми отдельных компонентов «знать», «уметь» заданных компетенций путем компьютерного или бланочного тестирования, контрольных опросов, контрольных работ (индивидуальных домашних заданий), рефератов, эссе и т.д.

Рубежный контроль по дисциплине проводится на следующей неделе после прохождения темы дисциплины, а промежуточный – во время каждого контрольного мероприятия внутри тем дисциплины;

- межсессионная аттестация, единовременное подведение итогов текущей успеваемости не менее одного раза в семестр по всем дисциплинам для каждого направления подготовки (специальности), курса, группы;

- контроль остаточных знаний.

### **2.1. Текущий контроль усвоения материала**

Текущий контроль усвоения материала в форме теоретического опроса студентов проводится по каждой теме. Результаты по 4-х балльной шкале оценивания заносятся в книжку преподавателя и учитываются в виде интегральной оценки при проведении промежуточной аттестации.

### **2.2. Рубежный контроль**

Рубежный контроль для комплексного оценивания усвоенных знаний, освоенных умений и приобретенных владений (табл. 1.1) проводится в форме выполнения практического задания и контрольной работы.

#### **2.2.1. Практическое задание**

Практическое задание охватывает каждую тему дисциплины и выполняется самостоятельно.

#### **Список примерных практических заданий:**

1. Сформировать и защитить систему показателей эффективности HR–бренда организации, в том числе с применением цифровых технологий и сервисов по выбору: Word, Excel, Miro, Canva, Mind map, Power Point и других.
2. Провести исследование внешней и внутренней целевых аудиторий HR–бренда и представить полученные результаты, в том числе с применением цифровых технологий и сервисов по выбору: Word, Excel, Miro, Canva, Mind map, Power Point, Zoom, ЯндексТелемост и других.
3. Провести аудит и анализ EVP (ценностного предложения работодателя) на внешнем и внутреннем рынках труда и представить полученные результаты, в том числе с применением цифровых технологий и сервисов по выбору: Word, Excel, Miro, Canva, Mind map, Power Point, Zoom, ЯндексТелемост и других.
4. Составить и презентовать «Employee Journey Map»–карту пути сотрудника для анализа и актуализации HR–бренда, в том числе с применением цифровых технологий и сервисов по выбору: Word, Excel, Miro, Canva, Mind map, Power Point и других.
5. Разработать и презентовать общую и по целевым аудиториям концепцию HR- бренда, в том числе с применением цифровых технологий и сервисов по выбору: Word, Excel, Miro, Canva, Mind map, Power Point и других.
6. Сформировать, визуализировать и защитить EVP по целевым аудиториям, в том числе с применением цифровых технологий и сервисов по выбору: Word, Excel, Miro, Canva, Mind map, Power Point и других.
7. Разработать и презентовать стратегический план коммуникаций по продвижению HR – бренда, в том числе с применением цифровых технологий и сервисов по выбору: Word, Excel, Miro, Canva, Mind map, Power Point и других.

Типовые шкала и критерии оценки результатов защиты практических заданий приведены в общей части ФОС образовательной программы.

#### **2.2.2. Контрольная работа**

Защита контрольной работы - это форма промежуточной аттестации учебно-исследовательской работы студента за пройденный этап обучения по учебной дисциплине.

Выполнение контрольной работы призвано выявить способности студентов на основе полученных знаний самостоятельно решать конкретные практические задачи или проводить исследование по одному из разделов (модулей), изучаемых в рамках дисциплины «HR-брендинг», а также направлено на формирование соответствующих компетенций студента.

**Типовая тема контрольной работы:**

«Формирование, продвижение и развитие HR – бренда компании (указать точное название компании)»

**Задание на выполнение контрольной работы**

1. Введение. Актуальность HR- бренда для компании, цели и задачи контрольной работы (1-2 стр.)
2. Аналитическая часть (от 5 стр. и без ограничений)  
Аудит и анализ HR- бренда компании (указать название компании):
  - 2.1. Характеристика компании
  - 2.2. Анализ HR- бренда на внешнем и внутреннем рынках труда
    - 2.2.1. Сегментация целевых аудиторий (внешние и внутренние целевые аудитории).
    - 2.2.2. Выбор методов и проведение аудита состояния HR – бренда по целевым аудиториям. SWOT – анализ, составление «Employee Journey Map» (карты пути сотрудника).
    - 2.2.3. Анализ EVP компании.
    - 2.2.4. Анализ каналов продвижения HR – бренда.
    - 2.2.5. Анализ состояния HR- бренда компании и обоснование необходимости формирования или актуализации HR – бренда.
3. Проектная часть (без ограничений)  
Формирование, продвижение и развитие HR – бренда компании
  - 3.1. Разработка концепции HR – бренда (визуализация, слоганы, Brand Book)
  - 3.2. Формирование EVP для целевых аудиторий.
  - 3.3. Разработка стратегического плана коммуникаций. Детализация по каналам продвижения. Вовлечение сотрудников - амбассадоры HR- бренда. Личные бренды сотрудников.
  - 3.4. Бюджетирование программы и оценка эффективности формирования, продвижения и развития HR – бренда компании.
4. Заключение (2-3 стр.)  
Формулируются выводы по результатам контрольной работы:
  - краткие выводы по результатам аудита и анализа состояния HR – бренда компании;
  - характеристика проектных предложений: концепция HR – бренда, EVP, стратегический план коммуникаций.
  - какие цели контрольной работы достигнуты, решены ли поставленные задачи, рекомендации по дальнейшей работе с HR – брендом.
5. Список использованных материалов.

Типовые критерии и шкалы оценивания контрольной работы приведены в общей части ФОС.

**2.3. Промежуточная аттестация**

Допуск к промежуточной аттестации осуществляется по результатам текущего и рубежного контроля. Условиями допуска являются успешная сдача всех практических заданий и контрольной работы и положительная интегральная оценка по результатам текущего и рубежного контроля.

Промежуточная аттестация, согласно РПД, проводится в виде экзамена по дисциплине устно по билетам. Билет содержит теоретические вопросы (ТВ) для проверки усвоенных знаний и индивидуальные задания для проверки приобретенных умений и владений. Оценка уровня приобретенных умений и владений может быть проведена по результатам текущего и рубежного контроля (выполнения практических заданий и контрольной работы).



Билет формируется таким образом, чтобы в него попали вопросы и задания, контролирующие уровень сформированности всех заявленных компетенций. Форма билета представлена в общей части ФОС образовательной программы.

### **2.3.1. Типовые вопросы и задания для экзамена по дисциплине**

#### **Типовые вопросы для контроля усвоенных знаний:**

1. Сходства и отличия продуктового/корпоративного и HR – бренда компании.
2. Обоснуйте актуальность формирования, продвижения и развития HR – бренда.
3. Дайте определение HR – брендингу.
4. Что такое целевые аудитории в HR – брендинге: сегментация, портреты.
5. Что такое EVP (employment value proposition) - ценностное предложение для целевых аудиторий. В чем оно выражается.
6. Как выглядит стратегический план коммуникаций. Перечислите все возможные каналы продвижения HR – бренда.
7. Раскройте этапы формирования, продвижения и развития HR – бренда.
8. Кто такие амбассадоры HR – бренда?
9. Перечислите цифровые технологии и сервисы для анализа, визуализации и защиты результатов HR-брендинга.

#### **Типовые вопросы и индивидуальные задания для контроля освоенных умений:**

1. Выделите целевые аудитории в HR-брендинге
2. Проанализируйте EVP компании
3. Составьте карту пути сотрудника «Employee Journey Map»
4. Сформируйте этапы анализа HR-бренда
5. Представьте этапы формирования HR-бренда
6. Сформируйте систему показателей эффективности HR-бренда
7. Представьте разницу в характеристиках 2-3 цифровых технологий и сервисов, применяемых для анализа бренда работодателя, визуализации полученных данных, представления результатов проектов по улучшению бренда работодателя.

#### **Типовые вопросы и индивидуальные задания для контроля освоенных владений:**

1. Предложите алгоритм проведения анализа HR-бренда
2. Разработайте коммуникационную стратегию продвижения HR-бренда
3. Обоснуйте показатели эффективности HR – бренда
4. Разработайте план вовлечения сотрудников в амбассадоров HR – бренда
5. Разработайте чек-лист применения цифровых технологий и сервисов в компании с целью анализа, визуализации полученных данных, презентации идей и проектов по улучшению бренда работодателя.

Все учебно-методические материалы для изучения дисциплины - полный список вопросов для экзамена, практические задания и задание на выполнение контрольной работы размещены на учебном портале Гуманитарного факультета <http://portal-hsb.pstu.ru/> и доступны студентам кафедры после регистрации.

### **2.3.2. Шкалы оценивания результатов обучения на экзамене**

Оценка результатов обучения по дисциплине в форме уровня сформированности компонентов *знать, уметь, владеть* заявленных компетенций проводится по 4-х балльной шкале оценивания путем выборочного контроля во время экзамена.

Типовые шкалы и критерии оценки результатов обучения на экзамене для компонентов *знать, уметь и владеть* приведены в общей части ФОС образовательной программы.

## **3. Критерии оценивания уровня сформированности компонентов и компетенций**

### **3.1. Оценка уровня сформированности компонентов компетенций**

При оценке уровня сформированности компетенций в рамках выборочного контроля на экзамене считается, что *полученная оценка за компонент проверяемой в билете компетенции обобщается на соответствующий компонент всех компетенций, формируемых в рамках данной учебной дисциплины.*

Типовые критерии и шкалы оценивания уровня сформированности компонентов компетенций приведены в общей части ФОС образовательной программы.

### **3.2. Оценка уровня сформированности компетенций**

Общая оценка уровня сформированности всех компетенций проводится путем агрегирования оценок, полученных студентом за каждый компонент формируемых компетенций, с учетом результатов текущего и рубежного контроля в виде интегральной оценки по 4-х балльной шкале. Все результаты контроля заносятся в оценочный лист и заполняются преподавателем по итогам промежуточной аттестации.

Форма оценочного листа и требования к его заполнению приведены в общей части ФОС образовательной программы.

При формировании итоговой оценки промежуточной аттестации в виде экзамена используются типовые критерии, приведенные в общей части ФОС образовательной программы.