

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

« 27 » декабря 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: 216 (6)
(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. 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

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; цифровые технологии в 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	Индивидуальное задание

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; применять цифровые технологии 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 поисковых систем и интернет-ресурсов; методами формирования, продвижения, развития и оценки эффективности HR-бренда; цифровыми технологиями 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	

3. 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	

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
4-й семестр				

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 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.				
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				
ИТОГО по 4-му семестру	16	0	66	130
ИТОГО по дисциплине	16	0	66	130

Тематика примерных практических занятий

№ п.п.	Наименование темы практического (семинарского) занятия
1	Сформировать и презентовать систему показателей эффективности HR-бренда организации, в том числе с применением цифровых технологий в профессиональной деятельности
2	Провести исследование внешней и внутренней целевых аудиторий HR-бренда, в том числе применение цифровых технологий в профессиональной деятельности

№ п.п.	Наименование темы практического (семинарского) занятия
3	Провести аудит и анализ ценностного предложения работодателя (EVP) на внешнем и внутреннем рынках труда, в том числе с применением цифровых технологий в профессиональной деятельности
4	Составить карты пути кандидата (CJM) и сотрудника (EJM) для анализа и актуализации HR-бренда, в том числе с применением цифровых технологий в профессиональной деятельности
5	Разработать общую и по целевым аудиториям концепцию HR-бренда организации
6	Сформировать и визуализировать ценностное предложение работодателя (EVP) с учетом целевых аудиторий, в том числе с применением цифровых технологий в профессиональной деятельности
7	Разработать стратегический план коммуникаций по продвижению HR-бренда.
8	Предложить проект по реализации отдельного мероприятия в области HR-брендинга, в том числе с применением цифровых технологий в профессиональной деятельности

5. Организационно-педагогические условия

5.1. Образовательные технологии, используемые для формирования компетенций

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.

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.

При проведении учебных занятий используются интерактивные лекции, групповые дискуссии, ролевые игры, тренинги и анализ ситуаций и имитационных моделей.

5.2. Методические указания для обучающихся по изучению дисциплины

При изучении дисциплины обучающимся целесообразно выполнять следующие рекомендации:

1. Изучение учебной дисциплины должно вестись систематически.
2. После изучения какого-либо раздела по учебнику или конспектным материалам рекомендуется по памяти воспроизвести основные термины, определения, понятия раздела.
3. Особое внимание следует уделить выполнению отчетов по практическим занятиям и индивидуальным комплексным заданиям на самостоятельную работу.
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.

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
1. Основная литература		
1	Кибанов А. Я., Дуракова И. Б. Управление персоналом организации: стратегия, маркетинг, интернационализация : учебное пособие для вузов. Москва : ИНФРА-М, 2010. 300 с.	19
2	Котлер Ф., Келлер К. Л. Маркетинг менеджмент : пер. с англ. 15-е изд. Санкт-Петербург [и др.] : Питер, 2021. 844 с. 89,040 усл. печ. л.	2
3	Музыкант В. Л. Брендинг. Управление брендом : учебное пособие. Москва : РИОР : ИНФРА-М, 2020. 315 с. 20,0 усл. печ. л.	3
4	Патласов О. Ю. Маркетинг персонала : учебник для вузов. Москва : Дашков и К, 2015. 383 с. 24 печ. л.	1
5	Патласов О. Ю. Маркетинг персонала : учебник для вузов. Москва : Дашков и К, 2016. 383 с. 24 печ. л.	5
2. Дополнительная литература		
2.1. Учебные и научные издания		
1	Краснова Н. В. HR-стратегия: инструменты разработки и реализации. Москва : Изд-во МФПА, 2011. 117 с. 7,5 усл. печ. л.	2
2	Маркетинговый анализ: инструментарий и кейсы : учебное пособие для вузов / Латышова Л. С., Суворова Е., Сафронва Н. Б., Тюрин Д. В. 2-е изд. Москва : Дашков и К, 2019. 141 с. 9 усл. печ. л.	1
3	Музыкант В. Л. Брендинг. Управление брендом : учебное пособие. Москва : РИОР : ИНФРА-М, 2020. 315 с. 20,0 усл. печ. л.	3
4	Парабеллум А., Белановский А., Мрочковский Н. Персонал от А до Я. Подбор, мотивация и удержание высокоэффективных сотрудников. Санкт-Петербург и [др.] : Питер, 2013. 203 с. 13,0 усл. печ. л.	2
5	Управление персоналом: теория и практика. Мотивация и стимулирование трудовой деятельности : учебно-практическое пособие / Кибанов А. Я., Баткаева И. А., Митрофанова Е. А., Ловчева М. В. Москва : Проспект, 2015. 62 с. 4,0 усл. печ. л.	1
6	Хилл Н., Брайерли Д., Мак-Дуголл Р. Как измерить удовлетворённость клиентов : пер. со 2-го англ. изд. Москва : ИНФРА-М, 2010. 175 с. 11,0 усл. печ. л.	2
7	Чернатони Л., МакДональд М. Брендинг. Как создать мощный бренд : учебник для вузов пер. с англ. 3-е изд. Москва : ЮНИТИ, 2006. 559 с.	3
2.2. Периодические издания		
	Не используется	
2.3. Нормативно-технические издания		
	Не используется	
3. Методические указания для студентов по освоению дисциплины		
	Не используется	

4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студента		
	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»	http://upravlennets.usue.ru/	сеть Интернет; свободный доступ
Дополнительная литература	Управление персоналом: журнал.	http://www.top-personal.ru/	сеть Интернет; свободный доступ
Дополнительная литература	Электронное периодическое издание «Harvard Business Review Россия» («Гарвард Бизнес Ревью Россия»)	https://hbr-russia.ru/	сеть Интернет; свободный доступ
Основная литература	Баранова С. А. Основы брендинга. Сочи : СГУ, 2018. 98 с.	https://elib.pstu.ru/Record/lanRU-LAN-BOOK-147813	локальная сеть; свободный доступ
Основная литература	Шацкая И. В. Маркетинг : учебное пособие. Москва : РТУ МИРЭА, 2020. 180 с.	https://elib.pstu.ru/Record/lanRU-LAN-BOOK-167584	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)	https://elibrary.ru/
Научная библиотека Пермского национального исследовательского политехнического университета	http://lib.pstu.ru/
Электронно-библиотечная система Лань	https://e.lanbook.com/
Электронно-библиотечная система IPRbooks	http://www.iprbookshop.ru/

Наименование	Ссылка на информационный ресурс
Информационные ресурсы Сети КонсультантПлюс	http://www.consultant.ru/

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

Направление подготовки:	38.03.02 Менеджмент
Направленность (профиль) образовательной программы:	Менеджмент организации
Квалификация выпускника:	Бакалавр
Выпускающая кафедра:	Менеджмент и маркетинг
Форма обучения:	очная
Форма промежуточной аттестации	Дифференцированный зачет

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 (4-го семестра учебного плана) и разбито на 3 учебных модуля. В каждом модуле 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, освоенных умений и приобретенных владений осуществляется в рамках текущего, рубежного и промежуточного контроля при изучении теоретического материала, выполнении практических заданий и дифференцированного зачета. 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 Дифференцированный зачет
Усвоенные знания			
З.1. Знает основы формирования, продвижения и развития HR- бренда; в том числе цифровые технологии и сервисы для профессиональной деятельности	ТО		ИЗ
Освоенные умения			
У.1. 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		ПЗ	ИЗ
Приобретенные владения			
В.1 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		ПЗ	ИЗ

деятельности			
--------------	--	--	--

ТО – теоретический опрос
 ПЗ – практическое задание
 ИЗ - индивидуальное задание

Итоговой оценкой достижения результатов обучения по дисциплине является промежуточная аттестация в виде дифференцированного зачета, 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 бланчного 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 устного 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.

Список вопросов для теоретического опроса:

1. Сходства и отличия продуктового/корпоративного и HR – бренда компании.
2. Обоснуйте актуальность формирования, продвижения и развития HR – бренда.
3. Дайте определение HR-бренду и HR – брендингу.
4. Перечислите все элементы HR-брендинга и представьте их определения.
5. Что такое целевые аудитории в HR – брендинге: сегментация, портреты.
6. Что такое EVP (employment value proposition) - ценностное предложение компании для целевых аудиторий. В чем оно выражается. Приведите примеры его структуры.
7. Что такое креативная концепция HR-бренда компании: визуализация, слоган, каналы продвижения.
8. Что такое коммуникационная стратегия, как выглядит стратегический план коммуникаций. Перечислите все возможные каналы продвижения HR – бренда.

9. Что такое управление HR-брендом: понятие, цель, задачи, методы, инструменты, процесс.
10. Представьте этапы формирования HR-бренда.
11. Дайте определение амбассадорам HR – бренда. Приведите примеры вовлечения сотрудников в амбассадорство.
12. Как возможно вовлечь сотрудников в амбассадорство.
13. Перечислите цифровые технологии и сервисы для анализа, визуализации и защиты результатов HR-брендинга.
14. Перечислите методы проведения анализа EVP компании.
15. Что такое карта пути кандидата (CJM) и карта пути сотрудника (EJM), зачем они составляются и какова методика их составления. Приведите примеры.
16. Сформулируйте этапы анализа HR-бренда.
17. Что такое план мероприятий по развитию HR-бренда компании. Приведите примеры.
18. Дайте определение показателям эффективности HR-брендинга. Приведите примеры показателей эффективности HR-брендинга.
19. Перечислите команду по развитию HR-бренда компании.

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.

2.2.1. Практическое задание

Практические задания выполняются студентом индивидуально по каждой теме дисциплины.

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.
8. Предложить проект по реализации отдельного мероприятия в области HR-брендинга, в том числе с применением цифровых технологий в профессиональной деятельности.

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

2.3. Выполнение индивидуального задания

Индивидуальное задание выполняется в виде контрольной работы и является комплексным, охватывает все темы курса и представляет собой отчет о разработанном и проведенном студентом самостоятельном исследовании. Тема комплексного индивидуального задания является типовой для всех студентов.

Типовая тема:

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

Структура индивидуального задания:

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 шкала и критерии оценки результатов защиты индивидуального задания-контрольной работы приведены в общей части ФОС образовательной программы.

2.4. Промежуточная аттестация (итоговый контроль)

Допуск к промежуточной аттестации осуществляется по результатам текущего и рубежного контроля. Условиями допуска являются положительная интегральная оценка по результатам текущего и рубежного контроля.

2.4.1. Процедура промежуточной аттестации без дополнительного аттестационного

испытания.

Не предусмотрена.

2.4.2. Процедура промежуточной аттестации с проведением аттестационного испытания

Промежуточная аттестация в виде дифференцированного зачета по дисциплине проводится с проведением аттестационного испытания–выполнения и защиты индивидуального задания. Типовая тема задания приведена в п. 2.3.

Все учебно-методические материалы для изучения дисциплины (в том числе индивидуальные задания) размещены на учебном портале <https://do.pstu.ru> и доступны студентам кафедры после регистрации.

2.4.2.1. Шкалы оценивания результатов обучения на дифференцированном зачете

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

Типовые шкала и критерии оценки результатов обучения при сдаче дифференцированного зачета для компонентов *знать, уметь и владеть* приведены в общей части ФОС образовательной программы.

3. Критерии оценивания уровня сформированности компонентов и компетенций

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

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.

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