



## 1. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Разработка и развитие HR-бренда» является дисциплиной по выбору вариативной части.

Рабочая программа составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки (специальности) 38.04.03 Управление персоналом, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от " 8 " апреля 2015 г. № 367.

**Целью освоения дисциплины** является познание процесса разработки и развития позитивного имиджа организации как работодателя, на основе проектирования эффективной кадровой политики.

### **Задачи:**

– привитие навыков системного анализа процессов, определяющих позитивный имидж предприятия как работодателя; углубление полученных теоретических знаний по различным концепциям определения hr-брендинга.

– получение опыта моделирования мотивационной сферы: корректно ставить цель и задачи мотивации персонала; оценивать адекватность и рациональность применения мотивационных инструментариев для успешного формирования внутреннего hr-брендинга.

– выявление и развитие основных составляющих внешнего hr-брендинга.

### **Перечень результатов обучения**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование элементов следующих компетенций.

Планируемые результаты обучения по дисциплине

№	Формируемые компетенции	Код	Знать	Уметь	Владеть
1	Владение знаниями и умениями проектирования эффективной кадровой политики, поддерживающей позитивный имидж организации как работодателя	Пк3 2	- иметь теоретически представленные о понятии hr-брендинга и его составляющих; - базовые положения основных	- разрабатывать предложения по развитию hr-брендинга.	- навыками развития и совершенствования hr-брендинга в организации.

			классических и современных концепций hr-брендинга.		
--	--	--	--	--	--

### Содержание разделов дисциплины

№	Наименование и содержание разделов
1	Понятие hr-брендинга. Анализ различных трактовок понятия hr-брендинг. Составляющие и функции hr-брендинга. Зарубежные и отечественные подходы к формированию hr-брендинга.
2	Мотивация и стимулирование как важнейший элемент внутреннего hr-брендинга. Методы и инструменты стимулирования труда. Материальное стимулирование труда. Нематериальные факторы мотивации. Виды и принципы материального стимулирования.
3	HR-брендинг как важнейший инструмент привлечения и удержания персонала в компанию. Этапы и инструменты формирования HR-брендинга. HR-брендинг как инструмент привлечения и удержания сотрудников. Поиск и определение целевой аудитории HR-брендинга. Создание концепции HR-брендинга. Разработка стратегии продвижения HR-брендинга. Определение проблемных зон HR-брендинга.

Подробное содержание дисциплины, структура учебных занятий, трудоемкость изучения дисциплины, входные и исходящие компетенции, уровень освоения, определяемый этапом формирования компетенций, учебно-методическое, информационное, материально-техническое обеспечение учебного процесса изложены в рабочей программе дисциплины.