

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ (НИ ТГУ)

Институт экономики и менеджмента



Е. В. Нехода

Рабочая программа дисциплины

HR-маркетинг

по направлению подготовки

38.04.03 Управление персоналом

Направленность (профиль) подготовки:

Управление персоналом

Форма обучения

Очная

Квалификация

Стратегическое управление персоналом

Год приема

2024

СОГЛАСОВАНО:

Руководитель ОП

Л.Р. Тухватулина

Председатель УМК

М.В. Герман

Томск – 2024

1. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины является формирование следующих компетенций:

ПК-4 Способен разрабатывать и реализовывать систему стратегического управления персоналом организации

Результатами освоения дисциплины являются следующие индикаторы достижения компетенций:

– РОПК-4.1 Знает элементы системы стратегического управления персоналом организации; стратегии, политики, технологии управления персоналом организации в динамичной среде; показатели оценки эффективности стратегии, политики, технологии управления персоналом в динамичной среде; технологии проведения аудита и контроллинга в управлении персоналом; организацию управления развитием организации.

– РОПК-4.2 Умеет осуществлять стратегический анализ и диагностику состояния человеческих ресурсов в организации; осуществлять целеполагание в области управления персоналом организации; разрабатывать комплексную стратегию управления персоналом организации, в зависимости от состояния внешней среды; определять показатели эффективности разработанной системы стратегического управления персоналом организации; методы реализации системы стратегического управления персоналом организации; формировать и использовать персонал в соответствии со стратегией организации; разрабатывать новые методы, технологии реализации системы стратегического управления персоналом организации

2. Задачи освоения дисциплины

- Освоить понятийно-терминологический аппарат HR-маркетинга,
- Научиться распознавать ситуации, требующие применения инструментов HR-маркетинга,
- Научиться применять инструменты HR-маркетинга для решения внешних и внутренних задач управления персоналом,
- Научиться оценивать эффективность мероприятий HR-маркетинга.

3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина относится к Блоку 1 «Дисциплины (модули)».

Дисциплина относится к обязательной части образовательной программы.

4. Семестр(ы) освоения и форма(ы) промежуточной аттестации по дисциплине

Третий семестр, экзамен

5. Входные требования для освоения дисциплины

Для успешного освоения дисциплины требуются результаты обучения по следующим дисциплинам: Операционное управление персоналом, Управление человеческими ресурсами, Принятие решений в управлении персоналом.

6. Язык реализации

Русский

7. Объем дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 6 з.е., 216 часов, из которых:

-лекции: 18 ч.

-практические занятия: 28 ч.

в том числе практическая подготовка: 28 ч.
Объем самостоятельной работы студента определен учебным планом.

8. Содержание дисциплины, структурированное по темам

Тема 1. Понятие и значение HR-маркетинга

Понятие HR-маркетинга. Виды HR-маркетинга. Цели HR-маркетинга. Связь элементов HR-цикла и HR-маркетинга. Стратегии HR-маркетинга. Мероприятия HR-маркетинга. Факторы, влияющие на HR-маркетинг. Преимущества и недостатки HR-маркетинга.

Тема 2. Внешний и внутренний HR-маркетинг

HR-брендинг: элементы, стратегии, анализ эффективности мероприятий. карьерный сайт, реферальные программы, социальные сети, экспертное мнение на Внутренний HR-маркетинг: цели, задачи, мероприятия.

Тема 3. Инструменты HR-маркетинга

Ключевые инструменты HR-маркетинга: карьерный сайт, реферальные программы, социальные сети, экспертное мнение на тематических площадках, e-маркетинг, спонсорство и мероприятия КСО, работа с отзывами, улучшение имиджа в офлайн-пространстве.

9. Текущий контроль по дисциплине

Текущий контроль по дисциплине проводится путем контроля посещаемости, проведения контрольных работ, тестов по лекционному материалу, деловых игр и бизнес-кейсов по темам, выполнения домашних заданий и фиксируется в форме контрольной точки не менее одного раза в семестр.

Оценочные материалы текущего контроля размещены на сайте ТГУ в разделе «Информация об образовательной программе» - <https://www.tsu.ru/sveden/education/eduop/>.

10. Порядок проведения и критерии оценивания промежуточной аттестации

Экзамен в третьем семестре проводится в письменной форме по билетам. Экзаменационный билет состоит из двух частей. Продолжительность экзамена 1,5 часа.

Первая часть содержит один теоретический вопрос. Ответ на вопрос первой части дается в развернутой форме.

Вторая часть содержит один вопрос, оформленный в виде ситуативной задачи. Ответы на вопросы второй части предполагают решение задачи.

Примерный перечень теоретических вопросов:

1. Дайте определение и поясните цель и задачи карьерного консультирования.
2. Назовите и поясните не менее 3-х концепций карьер.
3. Укажите, какие мероприятия входят в процесс планирования карьеры.
4. Перечислите требования, предъявляемые к карьерному консультанту.
5. Укажите и поясните не менее 3-х технологий профориентации взрослых.

Пример задачи:

1. Проанализируйте внешний HR-бренд конкретного предприятия. Предприятие может быть определено самим обучающимся или предложено преподавателем.

Результаты экзамена определяются оценками «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Общая оценка по дисциплине формируется с учётом результатов текущего контроля. Для получения оценки необходимо верно выполнить не менее 80%

самостоятельных заданий на протяжении семестра, а также посетить не менее 60% занятий (лекционных и практических занятий).

Оценка **«отлично»** выставляется в случае демонстрации обучающимся твердых глубоких, исчерпывающих знаний в объеме пройденного курса, освоения запланированных компетенций, грамотное и логически стройное изложение материала при ответе, знание терминологии и основных тенденций развития обучения и развития. Присутствуют ответы на оба экзаменационных вопроса. Сделаны исчерпывающие выводы, сформулировано развернутое обоснованное заключение.

Оценка **«хорошо»** выставляется в случае демонстрации обучающимся твердых и достаточно полных знаний в объеме пройденного курса, присутствуют незначительные ошибки при освещении экзаменационных вопросов, присутствует четкое изложение материала. Выводы неполные, сформулированное заключение не имеет достаточного обоснования, однако студент демонстрирует знания терминологии по дисциплине.

Оценка **«удовлетворительно»** выставляется студенту при наличии знаний в объеме пройденного курса, нелогичном и непоследовательном изложении материала, наличие ошибок в используемой терминологии и аргументации при ответе на экзаменационные вопросы. Выводы делаются с ошибками, заключение сформулировано кратко не имеет обоснования.

Оценка **«неудовлетворительно»** выставляется студенту при наличии грубых ошибок в ответе, непонимании сущности излагаемого вопроса. Заключение отсутствует. Обучающийся использует неразрешенные материалы при подготовке к ответу.

Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации размещены на сайте ТГУ в разделе «Информация об образовательной программе» - <https://www.tsu.ru/sveden/education/eduop/>.

11. Учебно-методическое обеспечение

а) Электронный учебный курс по дисциплине в электронном университете «Moodle» - <https://moodle.tsu.ru>

б) Оценочные материалы текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине.

в) План практических занятий по дисциплине.

г) Методические указания по организации самостоятельной работы студентов.

12. Перечень учебной литературы и ресурсов сети Интернет

а) основная литература:

– Балахнин, И. В погоне за кадрами. Маркетинговые инструменты для привлечения сотрудников / И. Балахнин. — Москва : Альпина Паблишер, 2024. — 296 с. — ISBN 978-5-206-00103-7. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/425417>

– Батлер, И. HR-маркетинг: Как сделать вашу компанию мечтой всех кандидатов / И. Батлер. — Москва : Альпина Паблишер, 2021. — 112 с. — ISBN 978-5-961445-75-2. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/214472>

– Маркетинг персонала и рынок труда: практикум : учебно-методическое пособие / составитель Е. В. Потравная. — Череповец : ЧГУ, 2024. — 22 с. — ISBN 978-5-85341-961-2. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/440387> (дата обращения: 16.02.2025). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

– Шестакова, Е. В. Формирование модели HR-бренда предприятия в системе управления человеческими ресурсами : монография / Е. В. Шестакова, М. В. Хомидова. - Москва : КРЕАТИВНАЯ ЭКОНОМИКА, 2020. - 162 с. - ISBN 978-5-91292-327-2. - Текст :

электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1977856> (дата обращения: 16.02.2025). – Режим доступа: по подписке.

б) дополнительная литература:

– Акбюлов, Р. И. Маркетинг / Р. И. Акбюлов. — Санкт-Петербург : Лань, 2024. — 140 с. — ISBN 978-5-507-48137-8. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/362900>

– Лобарева, Н. В. Управление человеческими ресурсами : учебное пособие / Н. В. Лобарева. — Москва : РТУ МИРЭА, 2021. — 138 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/218720>

– Маркетинг: создание и донесение потребительской ценности : учебник / под общ. ред. И.И. Скоробогатых, Р.Р. Сидорчука, С.Н. Андреева. — Москва : ИНФРА-М, 2024. — 589 с. — (Высшее образование). — DOI 10.12737/1003504. - ISBN 978-5-16-019085-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2084406>

– Подовжня, Г. HR без стереотипов : научно-популярное издание / Г. Подовжня. - Москва : Альпина Паблишер, 2022. - 260 с. - ISBN 978-5-9614-3808-6. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2138171>

в) ресурсы сети Интернет:

– открытые онлайн-курсы

– Журнал «Эксперт» - <http://www.expert.ru>

– Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики РФ - www.gsk.ru

– Общероссийская Сеть КонсультантПлюс Справочная правовая система. <http://www.consultant.ru>

13. Перечень информационных технологий

а) лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение:

– Microsoft Office Standart 2013 Russian: пакет программ. Включает приложения: MS Office Word, MS Office Excel, MS Office PowerPoint, MS Office OneNote, MS Office Publisher, MS Outlook, MS Office Web Apps (Word Excel MS PowerPoint Outlook);

– публично доступные облачные технологии (Google Docs, Яндекс диск и т.п.).

б) информационные справочные системы:

– Электронный каталог Научной библиотеки ТГУ – <http://chamo.lib.tsu.ru/search/query?locale=ru&theme=system>

– Электронная библиотека (репозиторий) ТГУ – <http://vital.lib.tsu.ru/vital/access/manager/Index>

– ЭБС Лань – <http://e.lanbook.com/>

– ЭБС Консультант студента – <http://www.studentlibrary.ru/>

– Образовательная платформа Юрайт – <https://urait.ru/>

– ЭБС ZNANIUM.com – <https://znanium.com/>

– ЭБС IPRbooks – <http://www.iprbookshop.ru/>

в) профессиональные базы данных (при наличии):

– Университетская информационная система РОССИЯ – <https://uisrussia.msu.ru/>

– Единая межведомственная информационно-статистическая система (ЕМИСС) – <https://www.fedstat.ru/>

14. Материально-техническое обеспечение

Аудитории для проведения занятий лекционного типа.

Аудитории для проведения занятий семинарского типа, индивидуальных и групповых консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.

Помещения для самостоятельной работы, оснащенные компьютерной техникой и доступом к сети Интернет, в электронную информационно-образовательную среду и к информационным справочным системам.

Аудитории для проведения занятий лекционного и семинарского типа индивидуальных и групповых консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации в смешенном формате («Актру»).

15. Информация о разработчиках

Черепанова Наталья Владимировна, канд. философ. наук, доцент кафедры организационного поведения и управления персоналом ИЭМ ТГУ