

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Макаренко Елена Николаевна

Должность: Ректор

Дата подписания: 04.04.2024 13:33:30

Уникальный программный ключ:

c098bc0c1041cb2a4cf926cf171d6715d99a6ae00adc8e27b55cbe1e2dbd7c78

HR-брендинг в бизнесе

Закреплена за кафедрой **Маркетинг и реклама**

Учебный план z38.04.06.02_1.plx

Форма обучения **заочная**

Распределение часов дисциплины по курсам

Курс	1		Итого	
	уп	рп		
Лекции	4	4	4	4
Практические	8	8	8	8
Итого ауд.	12	12	12	12
Контактная работа	12	12	12	12
Сам. работа	123	123	123	123
Часы на контроль	9	9	9	9
Итого	144	144	144	144

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

- 1.1 ознакомление магистров с теоретическими основами и практическими методами универсальных управленческих решений по внедрению инструментария HR-брендинга в бизнес-активность компаний; овладение навыками и умениями внедрения инновационных технологий в профессиональную деятельность и систему управления персоналом.

2. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

ПК-2: Способен формировать маркетинговую стратегию, планировать и контролировать маркетинговую деятельность организации

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

основы HR-брендинга в современном бизнесе с учетом возможности формирования систем поставок товаров и оказания услуг на основании качественных характеристик правильно мотивированного персонала; основы внедрения процедур HR-брендинга в бизнес-активность современных компаний; маркетинговые методики оценки удовлетворенности сотрудников компаний – работодателем и возможности правильной мотивации сотрудников для повышения активности бизнеса (соотнесено с индикатором ПК-2.1)

Уметь:

применять основные наработки HR-брендинга в современном бизнесе с учетом возможности формирования систем поставок товаров и оказания услуг на основании качественных характеристик правильно мотивированного персонала; осуществлять эффективные организационно-методические решения по внедрению процедур HR-брендинга в бизнес-активность современных компаний на основе передовых мировых практик; применять маркетинговые методики оценки удовлетворенности сотрудников компаний – работодателем и правильно мотивировать сотрудников для повышения активности бизнеса (соотнесено с индикатором ПК-2.2)

Владеть:

технологиями формирования успешного HR-бренда компании с учетом возможности формирования систем поставок товаров и оказания услуг на основании качественных характеристик правильно мотивированного персонала; инструментарием осуществления организационно-методических решений по внедрению процедур HR-брендинга в бизнес-активность современных компаний на основе передовых мировых практик; маркетинговыми методиками оценки удовлетворенности сотрудников компаний – работодателем и правильной мотивировки сотрудников для повышения активности бизнеса (соотнесено с индикатором ПК-2.3)