

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Макаренко Елена Николаевна

Должность: Ректор

Дата подписания: 20.08.2024 11:31:39

Уникальный программный ключ:

c098bc0c1041cb2a4cf926cf171d6715d99a6ae00adc8e27b55cbe1e2dbd7c78

HR-брендинг в бизнесе

Закреплена за кафедрой **Маркетинг и реклама**

Учебный план 38.04.06.02_1.plx

Форма обучения **очная**

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр р на курсе>)	2 (1.2)		Итого	
	Неделя		15 2/6	
Вид занятий	УП	РП	УП	РП
Лекции	8	8	8	8
Практические	32	32	32	32
Итого ауд.	40	40	40	40
Контактная работа	40	40	40	40
Сам. работа	68	68	68	68
Часы на контроль	36	36	36	36
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

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)