

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

**федеральное государственное автономное
образовательное учреждение высшего образования_
«Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет
им. Н.И. Лобачевского»**

Институт международных отношений и мировой истории

УТВЕРЖДЕНО

решением президиума Ученого совета ННГУ

протокол № 1 от 16.01.2024 г.

Рабочая программа дисциплины

Управление брендом работодателя

Уровень высшего образования

Бакалавриат

Направление подготовки / специальность

42.03.01 - Реклама и связи с общественностью

Направленность образовательной программы

Реклама и связи с общественностью в политике и коммерции

Форма обучения

очная, заочная

г. Нижний Новгород

2024 год начала подготовки

1. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина Б1.В.ДВ.08.01 Управление брендом работодателя относится к части, формируемой участниками образовательных отношений образовательной программы.

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы (компетенциями и индикаторами достижения компетенций)

Формируемые компетенции (код, содержание компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), в соответствии с индикатором достижения компетенции		Наименование оценочного средства	
	Индикатор достижения компетенции (код, содержание индикатора)	Результаты обучения по дисциплине	Для текущего контроля успеваемости	Для промежуточной аттестации
УК-3: Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	УК-3.1: Знает различные приемы и способы социализации личности и социального взаимодействия УК-3.2: Имеет практический опыт участия в командной работе, в социальных проектах, в шефской или волонтерской деятельности, опыт распределения ролей в условиях командного взаимодействия	УК-3.1: Знает приемы и способы социализации личности; Умеет применять на практике различные приемы и способы социализации личности и социального взаимодействия; Владеет навыком применения на практике различных приемов и способов социализации личности и социального взаимодействия УК-3.2: Знает теоретические аспекты командной работы, волонтерской деятельности, социальных проектов; Умеет выполнять функции возложенных ролей в условиях командного взаимодействия; Владеет навыком участия в командной работе, в социальных проектах, в шефской или волонтерской деятельности, имеет опыт распределения ролей в условиях командного взаимодействия.	Сообщение на семинарских занятиях	Зачёт: Контрольные вопросы
ПК-3: Способен учитывать в профессиональной деятельности специфику	ПК-3.1: Реализует основные принципы и правила работы в рекламном (маркетинговом) отделе, отделе по связям с	ПК-3.1: Знает теоретические аспекты работы в рекламном (маркетинговом) отделе, отделе по связям с	Сообщение на семинарских занятиях	Зачёт: Контрольные вопросы

<p>организационной структуры подразделения по связям с общественностью и рекламы</p>	<p>общественностью (пресс-службе)</p> <p>ПК-3.2: Применяет компьютерные технологии при создании рекламного и коммуникационного продукта, осуществляет фото- и видеосъемку для производства рекламного и коммуникационного продукта</p> <p>ПК-3.3: Владеет техническими и программными средствами для создания рекламы, навыком разработки средств продвижения рекламного и коммуникационного продукта</p>	<p>общественностью (пресс-службе);</p> <p>Умеет реализовывать основные принципы и правила работы в рекламном (маркетинговом) отделе, отделе по связям с общественностью (пресс-службе);</p> <p>Владеет навыками применения на практике знаний основных принципов и правил работы в рекламном (маркетинговом) отделе, отделе по связям с общественностью (пресс-службе).</p> <p>ПК-3.2:</p> <p>Знает базовые компьютерные технологии для создания рекламного и коммуникационного продукта;</p> <p>Умеет осуществлять фото- и видеосъемку для производства рекламного и коммуникационного продукта;</p> <p>Владеет навыком применения на практике знаний компьютерных технологий при создании рекламного и коммуникационного продукта, навыком фото- и видеосъемки для производства рекламного и коммуникационного продукта.</p> <p>ПК-3.3:</p> <p>Знает базовые технические и программные средства для создания рекламы;</p> <p>Умеет применять на практике средств продвижения рекламного и коммуникационного продукта;</p> <p>Владеет техническими и программными средствами для создания рекламы, навыком разработки средств продвижения рекламного и коммуникационного продукта.</p>		
--	---	---	--	--

3. Структура и содержание дисциплины

3.1 Трудоемкость дисциплины

	очная	заочная
Общая трудоемкость, з.е.	2	2
Часов по учебному плану	72	72
в том числе		
аудиторные занятия (контактная работа):		
- занятия лекционного типа	0	0
- занятия семинарского типа (практические занятия / лабораторные работы)	28	6
- КСР	1	1
самостоятельная работа	43	61
Промежуточная аттестация	0 Зачёт	4 Зачёт

3.2. Содержание дисциплины

(структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и виды учебных занятий)

Наименование разделов и тем дисциплины	Всего (часы)		в том числе							
			Контактная работа (работа во взаимодействии с преподавателем), часы из них						Самостоятельная работа обучающегося, часы	
	0 Ф 0	3 Ф 0	0 Ф 0	3 Ф 0	0 Ф 0	3 Ф 0	0 Ф 0	3 Ф 0	0 Ф 0	3 Ф 0
Тема 1. Основные тенденции на рынке труда	12	13			4	1	4	1	8	12
Тема 2. Бренд работодателя: терминология, задачи и структура	10	13			2	1	2	1	8	12
Тема 3. Исследование бренда работодателя	17	13			8	1	8	1	9	12
Тема 4. Разработка концепции бренда работодателя	17	14			8	1	8	1	9	13
Тема 5. Коммуникации в рамках управления брендом работодателя	15	14			6	2	6	2	9	12
Аттестация	0	4								
КСР	1	1							1	1
Итого	72	72	0	0	28	6	29	7	43	61

Содержание разделов и тем дисциплины

Тема 1. Основные тенденции на рынке труда. Труд как основное условие социализации личности. Социальное взаимодействие в рамках трудовых отношений. Динамика спроса и предложения на рынке труда. Проблема дефицита кадров. Конкуренция работодателей. Поиск, удержание и развитие

персонала.

Тема 2. Бренд работодателя: терминология, задачи и структура. Бренд. Применение в брендинге различных приемов и способов социализации личности и социального взаимодействия. Бренд на рынке труда. Задачи HR-бренда. Составляющие бренда работодателя. Организация командной работы для развития бренда работодателя. Распределение функций и возложенных ролей в условиях командного взаимодействия при формировании бренда работодателя. Методы распределения ролей в условиях командного взаимодействия по развитию бренда работодателя.

Тема 3. Исследование бренда работодателя. Анализ внутренней целевой аудитории. Мнение собственников и топ-менеджмента. Отношение к компании её сотрудников. Метрика eNPS (Employee Net Promoter Score) - оценка по десятибалльной шкале, насколько сотрудники готовы рекомендовать работодателя. Анализ внешней целевой аудитории. Потребности целевой аудитории соискателей. Узнаваемость бренда работодателя у целевой аудитории соискателей и его привлекательность для неё. Анализ конкурентов. Отличия от конкурентов на рынке труда.

Тема 4. Разработка концепции бренда работодателя. Разработка ценностного предложения (EVP, Employee Value Proposition) и креативной концепции. Определение цели и целевых аудиторий. Внутренний и внешний аудит бренда. Разработка EVP и креативной концепции. Критерии хорошего ценностного предложения.

Тема 5. Коммуникации в рамках управления брендом работодателя. Задачи, принципы и правила работы отдела по связям с общественностью в формировании бренда работодателя. Планирование продвижения бренда работодателя. Выбор каналов коммуникации. Информационные технологии для создания рекламного и коммуникационного продукта в рамках работы по управлению брендом работодателя. Использование фото- и видеосъемки для производства рекламного и коммуникационного продукта в рамках работы по управлению брендом работодателя. Базовые технические и программные средства для создания рекламы бренда работодателя. Средства продвижения рекламного и коммуникационного продукта для управления брендом работодателя. Работа с вузами, профессиональными сообществами, форумами и организациями.

4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся

Самостоятельная работа обучающихся включает в себя подготовку к контрольным вопросам и заданиям для текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины приведенным в п. 5.

-

5. Фонд оценочных средств для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)

5.1 Типовые задания, необходимые для оценки результатов обучения при проведении текущего контроля успеваемости с указанием критериев их оценивания:

5.1.1 Типовые задания (оценочное средство - Сообщение на семинарских занятиях) для оценки сформированности компетенции УК-3:

Темы сообщений:

1. Основные тенденции на рынке труда.

- 2.Труд как основное условие социализации личности.
- 3.Социальное взаимодействие в рамках трудовых отношений.
4. Динамика спроса и предложения на рынке труда.
5. Проблема дефицита кадров.
6. Конкуренция работодателей.
7. Поиск, удержание и развитие персонала.
8. Бренд
9. Бренд работодателя: терминология, задачи и структура.
10. Применение в брендинге различных приемов и способов социализации личности и социального взаимодействия.
11. Бренд на рынке труда.
12. Задачи HR-бренда.
13. Составляющие бренда работодателя.
14. Организация командной работы для развития бренда работодателя.
15. Распределение функций и возложенных ролей в условиях командного взаимодействия при формировании бренда работодателя.
16. Методы распределения ролей в условиях командного взаимодействия по развитию бренда работодателя.

5.1.2 Типовые задания (оценочное средство - Сообщение на семинарских занятиях) для оценки сформированности компетенции ПК-3:

Темы сообщений:

1. Исследование бренда работодателя.
2. Анализ внутренней целевой аудитории.
3. Мнение собственников и топ-менеджмента.
4. Отношение к компании её сотрудников.
5. Метрика eNPS (Employee Net Promoter Score) - оценка по десятибалльной шкале, насколько сотрудники готовы рекомендовать работодателя.
6. Анализ внешней целевой аудитории.
7. Потребности целевой аудитории соискателей.

8. Узнаваемость бренда работодателя у целевой аудитории соискателей и его привлекательность для неё.
9. Анализ конкурентов.
10. Отличия от конкурентов на рынке труда.
11. Разработка концепции бренда работодателя.
12. Разработка ценностного предложения (EVP, Employee Value Proposition) и креативной концепции.
13. Определение цели и целевых аудиторий.
14. Внутренний и внешний аудит бренда.
15. Разработка EVP и креативной концепции.
16. Критерии хорошего ценностного предложения.
17. Коммуникации в рамках управления брендом работодателя.
18. Задачи, принципы и правила работы отдела по связям с общественностью в формировании бренда работодателя.
19. Планирование продвижения бренда работодателя.
20. Выбор каналов коммуникации.
21. Информационные технологии для создания рекламного и коммуникационного продукта в рамках работы по управлению брендом работодателя.
22. Использование фото- и видеосъемки для производства рекламного и коммуникационного продукта в рамках работы по управлению брендом работодателя.
23. Базовые технические и программные средства для создания рекламы бренда работодателя.
24. Средства продвижения рекламного и коммуникационного продукта для управления брендом работодателя.
25. Работа с вузами, профессиональными сообществами, форумами и организациями.

Критерии оценивания (оценочное средство - Сообщение на семинарских занятиях)

Оценка	Критерии оценивания
зачтено	Минимально допустимый уровень знаний. Допущено много негрубых ошибок.
не зачтено	Уровень знаний ниже минимальных требований. Имели место грубые ошибки.

5.2. Описание шкал оценивания результатов обучения по дисциплине при промежуточной аттестации

Шкала оценивания сформированности компетенций

Уровень сформированности компетенций (индикатора достижения компетенций)	плохо	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	очень хорошо	отлично	превосходно
	не зачтено		зачтено				
<u>Знания</u>	Отсутствие знаний теоретического материала. Невозможность оценить полноту знаний вследствие отказа обучающегося от ответа	Уровень знаний ниже минимальных требований. Имели место грубые ошибки	Минимально допустимый уровень знаний. Допущено много негрубых ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько негрубых ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько несущественных ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Ошибок нет.	Уровень знаний в объеме, превышающем программу подготовки.
<u>Умения</u>	Отсутствие минимальных умений. Невозможность оценить наличие умений вследствие отказа обучающегося от ответа	При решении стандартных задач не продемонстрированы основные умения. Имели место грубые ошибки	Продemonстрированы основные умения. Решены типовые задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания, но не в полном объеме	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания в полном объеме, но некоторые с недочетами	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи. Выполнены все задания в полном объеме, но некоторые с недочетами.	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи с отдельным и несущественными недочетами, выполнены все задания в полном объеме	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи. Выполнены все задания, в полном объеме без недочетов
<u>Навыки</u>	Отсутствие базовых навыков. Невозможность оценить наличие навыков вследствие отказа обучающегося от ответа	При решении стандартных задач не продемонстрированы базовые навыки. Имели место грубые ошибки	Имеется минимальный набор навыков для решения стандартных задач с некоторым и недочетами	Продemonстрированы базовые навыки при решении стандартных задач с некоторым и недочетами	Продemonстрированы базовые навыки при решении стандартных задач без ошибок и недочетов	Продemonстрированы навыки при решении нестандартных задач без ошибок и недочетов	Продemonстрирован творческий подход к решению нестандартных задач

Шкала оценивания при промежуточной аттестации

Оценка	Уровень подготовки
--------	--------------------

зачтено	превосходно	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «превосходно», продемонстрированы знания, умения, владения по соответствующим компетенциям на уровне выше предусмотренного программой
	отлично	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «отлично».
	очень хорошо	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «очень хорошо»
	хорошо	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «хорошо».
	удовлетворительно	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «удовлетворительно», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «удовлетворительно»
не зачтено	неудовлетворительно	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «неудовлетворительно».
	плохо	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «плохо»

5.3 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов обучения на промежуточной аттестации с указанием критериев их оценивания:

5.3.1 Типовые задания (оценочное средство - Контрольные вопросы) для оценки сформированности компетенции УК-3

1. Основные тенденции на рынке труда.
2. Труд как основное условие социализации личности.
3. Социальное взаимодействие в рамках трудовых отношений.
4. Динамика спроса и предложения на рынке труда.
5. Проблема дефицита кадров.
6. Конкуренция работодателей.
7. Поиск, удержание и развитие персонала.
8. Бренд
9. Бренд работодателя: терминология, задачи и структура.
10. Применение в брендинге различных приемов и способов социализации личности и социального взаимодействия.
11. Бренд на рынке труда.

12. Задачи HR-бренда.
13. Составляющие бренда работодателя.
14. Организация командной работы для развития бренда работодателя.
15. Распределение функций и возложенных ролей в условиях командного взаимодействия при формировании бренда работодателя.
16. Методы распределения ролей в условиях командного взаимодействия по развитию бренда работодателя.

5.3.2 Типовые задания (оценочное средство - Контрольные вопросы) для оценки сформированности компетенции ПК-3

1. Исследование бренда работодателя.
2. Анализ внутренней целевой аудитории.
3. Мнение собственников и топ-менеджмента.
4. Отношение к компании её сотрудников.
5. Метрика eNPS (Employee Net Promoter Score) - оценка по десятибалльной шкале, насколько сотрудники готовы рекомендовать работодателя.
6. Анализ внешней целевой аудитории.
7. Потребности целевой аудитории соискателей.
8. Узнаваемость бренда работодателя у целевой аудитории соискателей и его привлекательность для неё.
9. Анализ конкурентов.
10. Отличия от конкурентов на рынке труда.
11. Разработка концепции бренда работодателя.
12. Разработка ценностного предложения (EVP, Employee Value Proposition) и креативной концепции.
13. Определение цели и целевых аудиторий.
14. Внутренний и внешний аудит бренда.
15. Разработка EVP и креативной концепции.
16. Критерии хорошего ценностного предложения.

17. Коммуникации в рамках управления брендом работодателя.
18. Задачи, принципы и правила работы отдела по связям с общественностью в формировании бренда работодателя.
19. Планирование продвижения бренда работодателя.
20. Выбор каналов коммуникации.
21. Информационные технологии для создания рекламного и коммуникационного продукта в рамках работы по управлению брендом работодателя.
22. Использование фото- и видеосъемки для производства рекламного и коммуникационного продукта в рамках работы по управлению брендом работодателя.
23. Базовые технические и программные средства для создания рекламы бренда работодателя.
24. Средства продвижения рекламного и коммуникационного продукта для управления брендом работодателя.
25. Работа с вузами, профессиональными сообществами, форумами и организациями.

Критерии оценивания (оценочное средство - Контрольные вопросы)

Оценка	Критерии оценивания
зачтено	Минимально допустимый уровень знаний. Допущено много негрубых ошибок.
не зачтено	Уровень знаний ниже минимальных требований. Имели место грубые ошибки.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

Основная литература:

1. Ловушки HR-брендинга. Как стать лучшим работодателем для сотрудников и кандидатов / Иванова С. - Москва : Альпина Паблишер, 2019., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=789785&idb=0>.
2. Шендель Т. В. Основы управленческого консультирования : учебное пособие / Шендель Т. В. - Красноярск : СибГУ им. академика М. Ф. Решетнёва, 2020. - 206 с. - Утверждено редакционно-издательским советом университета в качестве учебного пособия для студентов бакалавриата по направлению подготовки 38.03.03 «Управление персоналом» всех форм обучения. - Библиогр.: доступна в карточке книги, на сайте ЭБС Лань. - Книга из коллекции СибГУ им. академика М. Ф. Решетнёва - Экономика и менеджмент. - ISBN 978-5-86433-807-0., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=751554&idb=0>.
3. Реклама и связи с общественностью: теоретические аспекты : учебно-методическое пособие. Ч. 1 - 2 / В. А. Берендеев, И. В. Беспалова, Е. В. Вилкова [и др.] ; ННГУ им. Н. И. Лобачевского. - Нижний Новгород : Изд-во ННГУ, 2024. - 127 с. - Текст : электронный.,

<https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=892317&idb=0>.

Дополнительная литература:

1. Экономика труда и управление персоналом : учебник и практикум для вузов / О. В. Кучмаева [и др.] ; под общей редакцией О. В. Кучмаевой. - 2-е изд. - Москва : Юрайт, 2023. - 331 с. - (Высшее образование). - ISBN 978-5-534-17017-7. - Текст : электронный // ЭБС "Юрайт"., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=891703&idb=0>.
2. Александрова Н. А. Управление персоналом в современных условиях организации труда : учебное пособие / Александрова Н. А., Межлумян Н. С. - Чита : ЗабГУ, 2022. - 170 с. - Книга из коллекции ЗабГУ - Экономика и менеджмент. - ISBN 978-5-9293-3026-1., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=885974&idb=0>.
3. Базаров Тахир Юсупович. Психология управления персоналом : учебник для вузов / Т. Ю. Базаров. - 2-е изд. - Москва : Юрайт, 2023. - 386 с. - (Высшее образование). - ISBN 978-5-534-17956-9. - Текст : электронный // ЭБС "Юрайт"., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=891612&idb=0>.

Программное обеспечение и Интернет-ресурсы (в соответствии с содержанием дисциплины):

Бацулин Ю.Г. УПРАВЛЕНИЕ БРЕНДОМ РАБОТОДАТЕЛЯ // Гуманитарный научный журнал. 2021. №3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/upravlenie-brendom-rabotodatelaya> (дата обращения: 22.06.2024).

Как собрать концепцию бренда работодателя: пошаговое руководство /HeadHunter / URL:<https://nn.hh.ru/article/24910>

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

Учебные аудитории для проведения учебных занятий, предусмотренных образовательной программой, оснащены мультимедийным оборудованием (проектор, экран), техническими средствами обучения.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечены доступом в электронную информационно-образовательную среду.

Программа составлена в соответствии с требованиями ОС ННГУ по направлению подготовки/специальности 42.03.01 - Реклама и связи с общественностью.

Автор(ы): Вилкова Евгения Викторовна, кандидат политических наук, доцент
Селиверстова Юлия Александровна, кандидат политических наук.

Заведующий кафедрой: Фортунатов Антон Николаевич, доктор философских наук.

Программа одобрена на заседании методической комиссии от 29.11.2023, протокол № 15.