

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РФ

ФГБОУ ВО «Башкирский государственный университет»

Институт экономики, финансов и бизнеса

Институт непрерывного образования

СОГЛАСОВАНО

И.о. директора ИНО

 Е.П. Кислова

« 23 » 11 2020 г.

СОГЛАСОВАНО  
Директор института

 К.Е. Гришин

« 23 » 11 2020 г.

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по международной  
деятельности и дополнительному  
образованию

Т.Б. Великжанина



11 2020 г.

**Учебно-методический комплекс по программе  
повышения квалификации**

Трансформация управления персоналом в условиях цифровой экономики

*(наименование программы)*

УФА 2020 год

## 1. Общая характеристика программы

### 1.1 Цель реализации программы

**Цель:** формирование навыков позиционирования компании-работодателя на рынке труда для выполнения следующего вида профессиональной деятельности в рамках имеющейся квалификации:

- обеспечение эффективного функционирования системы управления персоналом для достижения целей организации.

### 1.2 Требования к результатам обучения

В результате освоения программы слушатель должен приобрести следующие знания и умения, необходимые для качественного изменения компетенций, указанных в п.1:

слушатель должен знать:

- системы стандартов по бизнес-процессам, профессиям, нормы труда;
- цели, стратегия и кадровая политика организации;
- основы управления социальным развитием организации;
- нормы этики делового общения.

Слушатель должен уметь:

- разрабатывать стратегии и политики в управлении персоналом;
- определять и анализировать внутренние коммуникации, моделировать поведение персонала;
- представлять интересы организации в государственных органах, во взаимодействии с профсоюзами, иными представительными органами работников по вопросам персонала;
- работать с информационными системами и базами данных по вопросам управления персоналом;
- соблюдать нормы этики делового общения.

### 1.3 Трудоемкость программы

Нормативная трудоемкость по данной программе – 72 часа.

### 1.4 Форма обучения

Форма обучения – заочная, с применением дистанционных образовательных технологий.

**1.5. Категория слушателей** – лица, имеющие высшее или среднее профессиональное образование.

## 2. СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ.

### 2.1. Учебный план

Темы	По учебному плану с использованием дистанционных образовательных технологий, час.		СРС час	Промежуточная аттестация (при наличии)	
	Аудиторные занятия, час.*				Дистанционные занятия, час.
	в	с из них			

## 2.2. Учебно-тематический план

№ п/п	Тема и содержание (краткая аннотация занятия)	Форма изучения материалов (лекции, семинарские занятия, лабораторные работы, самостоятельная работа)	Кол-во часов Ауд. работы	Формируемая компетенция (из профессионального стандарта)
1	2	3	4	5
1	<b>Формирование концепции единого бренда ВССЕ.</b>		4	
1.1.	<b>HR-маркетинг. Законы рынка.</b> Маркетинг в HR – новая функция в бизнесе. Законы рынка в управлении персоналом. Инструменты маркетинга в HR. Семь основных задач HR-маркетинга.	Л	2	Анализ успешных корпоративных практик по организации стратегического управления персоналом организации, организационного проектирования и взаимодействия подразделений
1.2.	<b>Основные причины развития HR-бренда. Сильный и слабый HR-бренд.</b> 8 причин развивать HR-бренд. HR-брендинг: как компании выделиться из толпы других работодателей. Что формирует HR-бренд компании. формирует Слагаемые успешного HR-бренда компании.	СРС	4	Разработка корпоративной политики, планов, программ, процедур и технологий по управлению персоналом
1.3.	<b>Бренд работодателя как часть единого бренда компании.</b> HR-брендбук: создание единого образа работодателя. Основные элементы бренда работодателя. Интегральный бренд работодателя.	Л	2	Внедрение и поддержание корпоративной культуры и социальной политики, систем мотивации, эффективности, оценки и развития персонала
1.4.	<b>Элементы бренда работодателя.</b> Управление репутацией: развитие HR-бренда компании Модель построения бренда работодателя.	СРС	4	Внедрение и поддержание корпоративной культуры и социальной



3	<b>Создание и продвижение HR-бренда. Профессиональный внутренний и внешний PR.</b>		4	
3.1.	<b>Позиционирование перед кандидатами на рынке труда. Уникальное ценностное предложение.</b> Позиционирование HR-бренда. Элементы позиционирования в HR. Ценностное предложение кандидатам. Уникальное ценностное предложение. Ассоциативная сеть HR-бренда. Атрибуты привлекательного работодателя.	Л	2	Внедрение политик, планов, программ, процедур и технологий по управлению персоналом
3.2.	<b>Пути развития HR-бренда. Технология HR-брендинга: основные этапы.</b> Этапы реализации внутреннего и внешнего HR-брендинга. Сильный HR-бренд. Составляющие грамотного HR-брендинга.	СРС	6	Внедрение политик, планов, программ, процедур и технологий по управлению персоналом
3.3.	<b>Сочетание корпоративного и HR-бренда</b> Построение единого бренда и HR-политики. Управление репутацией.	СРС	6	Внедрение политик, планов, программ, процедур и технологий по управлению персоналом
3.4.	<b>Социальные медиа и HR-бренд.</b> Создание HR-бренда в социальных сетях: пошаговая инструкция.	СРС	6	Внедрение политик, планов, программ, процедур и технологий по управлению персоналом
3.5.	<b>Репутация работодателя и мотивация сотрудников. Мотивационные приоритеты талантливых профессионалов.</b> Репутация работодателя и мотивация сотрудников. Мотивационные приоритеты талантливых профессионалов. Традиционный и маркетинговый подход к управлению персоналом. SWOT-анализ и конкурентный анализ для HR.	Л	2	Внедрение политик, планов, программ, процедур и технологий по управлению персоналом
3.6.	<b>Креативные решения по HR-брендингу успешных компаний</b> Эффективные советы по развитию HR-бренда. Внутренний HR-брендинг. Матрица состояния HR-брендинг.	СРС	6	Внедрение политик, планов, программ, процедур и технологий по управлению

2. Кусраева О. А. Современная теория брендинга: разделение подходов на основе функциональной составляющей. – Режим доступа URL: <https://dspace.spbu.ru/bitstream/11701/6710/1/04-Kusraeva.pdf>

**Модуль 2. Формирование креативной концепции и контент-плана продвижения HR-бренда.**

1. Как собрать концепцию бренда работодателя: пошаговое руководство. - Режим доступа URL: <https://ufa.hh.ru/article/24910>

2. Продвижение HR-бренда компании в социальных сетях: задачи, технологии, оценка эффективности. - Режим доступа URL: <https://hr-portal.ru/blog/prodvizhenie-hr-brenda-kompanii-v-socialnyh-setyah-zadachi-tehnologii-ocenka-effektivnosti>

3. 5 шагов создания и продвижения HR-бренда. - Режим доступа URL: <https://hr-tv.ru/articles/hagov-sozdaniya-i-prodvizheniya-hr-brenda.html>

**Модуль 3. Создание и продвижение HR-бренда. Профессиональный внутренний и внешний PR**

1. Как продвигать HR бренд компании: 6 эффективных инструментов. - Режим доступа URL: <https://vc.ru/marketing/113087-kak-prodvigat-hr-brend-kompanii-6-effektivnyh-instrumentov>

2. Управление репутацией: развитие HR-бренда компании. - Режим доступа URL: <https://hr-media.ru/upravlenie-reputatsiey-razvitiye-hr-brenda-kompanii/>

3. 10 этапов формирования внутреннего и внешнего HR-бренда. - Режим доступа URL: <https://zen.yandex.ru/media/id/5c1cdf6639dcef00ad5da2c6/10-etapov-formirovaniia-vnutrennego-i-vneshnego-hrbrenda-5c21f3c8af5bd200af9c79fe>

**Модуль 4. Формирование личного бренда первых лиц компании**

1. Евтихов, Олег Психология управления персоналом. Теория и практика / Олег Евтихов. - М.: Речь, 2016. - 320 с.

2. Чуланова, О.Л. Управление персоналом на основе компетенций: Монография / О.Л. Чуланова. - М.: Инфра-М, 2018. - 400 с.

**6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКАЯ БАЗА ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)**

<i>Наименование специализированных аудиторий, кабинетов, лабораторий</i>	<i>Вид занятий</i>	<i>Наименование оборудования, программного обеспечения</i>
<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>
<i>аудитория</i>	<i>лекции</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ПК с выходом в интернет с характеристиками не ниже Intel Core i3 6-го поколения или аналогичный, оперативная память 4 ГБ, разрешение экрана 1024x768. Или мобильное устройство;</li> <li>- доступ в интернет со скоростью не ниже 5 Мбит/сек;</li> <li>- операционная система Windows 7,</li> </ul>

### Примерный перечень тем

1. Современная теория брендинга
2. Идентичность и построение брендов
3. Стратегии позиционирования бренда и примеры их внедрения мировыми компаниями
4. Интегральный бренд работодателя
5. Стратегия коммуникации HR-бренда
6. Продвижение HR-бренда компании в социальных сетях: задачи, технологии, оценка эффективности
7. Создание, развитие и продвижение HR-бренда в социальных медиа
8. HR -брендинг в мире и России: тенденции и результаты исследований
9. Формирование HR-бренда. Внутренний и внешний HR
10. Каналы для hr-брендинга, их преимущества и недостатки
11. Влияние личного бренда руководителя на успех компании
12. Теоретические основы формирования персонального бренда: отечественный и зарубежный подходы
13. Цели личного бренда
14. Мотивационные приоритеты талантливых профессионалов
15. Модель построения бренда работодателя