

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Наумова Наталия Александровна

Должность: Ректор

Дата подписания: 19.06.2025 16:59:24

Уникальный идентификатор документа

6b5279da4e034bffa79172803da5b7550c8a4d

МИНИСТЕРСТВО ПРОСВЕЩЕНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования

«ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПРОСВЕЩЕНИЯ»

(ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПРОСВЕЩЕНИЯ)

Экономический факультет

Кафедра государственных закупок, менеджмента и государственного управления

Согласовано

деканом экономического факультета

« 21 » марта 2025 г.

/Фонина Т.Б./

Рабочая программа дисциплины

HR-брендинг

Направление подготовки

38.03.03 Управление персоналом

Профиль:

Управление персоналом организации

Квалификация

Бакалавр

Форма обучения

Очно-заочная

Согласовано учебно-методической комиссией
экономического факультета

Протокол «21» марта 2025 г. № 6

Председатель УМКом

/Сюзева О.В./

Рекомендовано кафедрой
государственных закупок, менеджмента
и государственного управления

Протокол от «06» марта 2025 г. № 8

Зав. кафедрой

/Трофимовская А.В./

Москва

2025

Автор-составитель:
Кандидат экономических наук, доцент Чекан А.А.

Рабочая программа дисциплины «HR-брендинг» составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.03.03 Управление персоналом, утвержденного приказом Минобрнауки России от 12.08.2020 г. № 955.

Дисциплина входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений Блока 1 «Дисциплины (модули)» и является обязательной для изучения.

Реализуется в формате электронного обучения с применением дистанционных образовательных технологий.

Год начала подготовки (по учебному плану) 2025

СОДЕРЖАНИЕ

1. Планируемые результаты обучения	4
2. Место дисциплины в структуре образовательной программы	4
3. Объем и содержание дисциплины	5
4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся	7
5. Фонд оценочных средств для проведения текущей и промежуточной аттестации по дисциплине	9
6. Учебно-методическое и ресурсное обеспечение дисциплины	15
7. Методические указания по освоению дисциплины	17
8. Информационные технологии для осуществления образовательного процесса по дисциплине	17
9. Материально-техническое обеспечение дисциплины	17

1. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ

1.1. Цели и задачи дисциплины

Целью освоения студентами дисциплины «HR-брендинг» является формирование у студентов представления о положительной деловой репутации и имидже организации с целью постоянного привлечения высококвалифицированных специалистов на основе использования современных персонал-технологий в условиях цифровизации кадровых процессов.

Задачами освоения студентами дисциплины «Введение в специальность» являются:

- приобретение целостного представления о возможностях и перспективных направлениях HR-брендинга организации;
- овладение методологией, технологиями HR-брендинга с целью привлечения высококвалифицированных специалистов в государственные, муниципальные, коммерческие организации и учреждения;
- овладение навыками работы в среде внешнего и внутреннего HR-бренда организации с использованием информационно-поисковых программных средств и корпоративных информационных систем.

1.2. Планируемые результаты обучения

В результате освоения дисциплины у обучающихся формируются следующие компетенции:

ДПК-1. Способен на основе знаний трудового законодательства и иных нормативных правовых актов, содержащих нормы трудового права, норм этики и делового общения, осуществлять ведение документации по персоналу, принимать участие в администрировании процессов и осуществлять организацию документооборота по управлению персоналом

ДПК-2. Способен основываясь на знаниях кадрового планирования и контроллинга, основ маркетинга персонала, разработки и реализации стратегии привлечения персонала, основ социологии труда, экономики, организации труда осуществлять деятельность по обеспечению персоналом организацию, в т.ч. определять потребность организации в персонале, принимать участие в разработке программ поиска, привлечения, подбора и отбора персонала, проводить консультации по вопросам привлечения персонала

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Дисциплина входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений Блока 1 «Дисциплины (модули)» и является обязательной для изучения.

Данная учебная дисциплина представляет собой комплексное обобщение знаний, полученных в ходе изучения дисциплин «Маркетинг персонала», «Управление персоналом организации», «Кадровая политика и кадровое планирование», «Трудовое право».

Изучение курса необходимо для дальнейшего успешного освоения таких дисциплин как: «Основы кадрового консалтинга», «Стратегическое управление персоналом», «Лидерство в управлении командой», а также для прохождения производственной практики и выполнения выпускной квалификационной работы.

3. ОБЪЕМ И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Объем дисциплины

Показатель объема дисциплины	Форма обучения
	Очно-заочная
Объем дисциплины в зачетных единицах	2
Объем дисциплины в часах	72
Контактная работа:	20,2
Лекции	6 ¹
Практические занятия	14 ¹
Контактные часы на промежуточную аттестацию:	0,2
Зачет	0,2
Самостоятельная работа	44 ¹
Контроль	7,8

Форма промежуточной аттестации: зачет в 6 семестре.

3.2. Содержание дисциплины

Наименование разделов (тем) Дисциплины с кратким содержанием	Количество часов	
	Лекции	Практические занятия
Тема 1. HR-брендинг: понятие, содержание: Понятие и содержание HR-бренда организации. Роль и значение HR-бренда в системе управления персоналом организации. HR-брендинг: элементы и структура (ценности организации; традиции; культура взаимоотношений внутренние коммуникации; имеющиеся компетенции персонала; стиль управления; возможности профессионального развития и карьерного роста. Сбор и обработка информации в глобальных компьютерных сетях и локальных корпоративных информационных системах в построении HR-бренда организации.	1	4
Тема 2. Анализ ключевых факторов стратегии HR-бренда организации: Формирование имиджа компании работодателя: содержание, модели. Технологии персонал-маркетинга в управлении персоналом. Анализ внешних и внутренних факторов стратегии HR-бренда. Стадии реализации пошаговой стратегии построения и развития HR-бренда. Анализ проблем при построении HR-бренда организации.	2	4
Тема 3. HR-брендинг как инновационный способ привлечения и удержания персонала: Технологии привлечения и	2	4

¹ Реализуется в формате электронного обучения с применением дистанционных образовательных технологий.

удержания персонала: традиционные и современные (с использованием IT-технологий - онлайн-рекрутмент, фриланс). Модель создания и продвижения HR-бренда, модификация для различных условий (создание новой организации, корректировка репутации существующей компании). Инструменты реализации внутреннего HR- брендинга (формирование внутреннего кадрового резерва; программы профессионального развития; программы управления карьерой; программы подготовки руководителей, развития лидерства; внутренние PR-мероприятия; формирование механизмов эффективной ротации кадров; работа с увольняющимися сотрудниками; программы поддержки новых сотрудников; программы обучения (наставничество, корпоративные университеты, центры и школы, внутренний коучинг); развитие корпоративных СМИ; программы внутреннего брендинга; совершенствование системы аттестации персонала; мотивационные программы; программы поддержания лояльности сотрудников (в особенности талантливых топменеджеров и специалистов); корпоративная культура) Инструменты реализации внешнего HR- брендинга: PR-мероприятия, нацеленные на улучшение имиджа компании и репутации компании (работа со СМИ, участие в конкурсе на получение премии «HR-бренд», создание и продвижения красивого и содержательно-наполненного сайта компании); сотрудничество с ВУЗами (совместные проекты, организация конференций, привлечение студентов на стажировку, включение талантливых студентов в кадровый резерв); HR-мероприятия (организация эффективной системы рекрутинга, аутплейсмента)		
Тема 4. Оценка эффективности HR-бренда: Ключевые показатели оценки HR-бренда компании (уровень удовлетворенности, уровень заработной платы и социального пакета, прозрачность мотивационной политики, корпоративной культуры, системы адаптации, программ обучения и развития сотрудников, взаимоотношений в коллективе, отношения руководства к персоналу). Методы оценки HR-бренда организации (анкетирование, опрос, наблюдение, анализ документов). Источники информации оценки HR-бренда: внутренний корпоративный портал, локальные программные продукты.	1	2
Итого:	6 ¹	14 ¹

4. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Темы для самостоятельного изучения	Изучаемые вопросы	Количество часов	Формы самостоятельной работы	Методическое обеспечение	Формы отчетности
Тема 1. HR-брендинг: понятие, содержание:	1. Роль и значение HR-бренда в системе управления персоналом организации. HR-брендинг: 2. Сбор и обработка информации в построении HR-бренда организации.	10	Изучение основной и дополнительной литературы, подготовка к выполнению тестовых заданий, подготовка реферата	Учебно-методическое обеспечение дисциплины	тест, опрос, реферат
Тема 2. Анализ ключе-	1. Формирование имиджа компании работо-	12	Изучение основной и	Учебно-методическое	тест, опрос, реферат

¹ Реализуется в формате электронного обучения с применением дистанционных образовательных технологий.

вых факторов стратегии HR-бренда организации	дателя: содержание, модели. 2. Технологии персонал-маркетинга в управлении персоналом. 3. Анализ внешних и внутренних факторов стратегии HR-бренда. 4. Анализ проблем при построении HR-бренда организации.		дополнительной литературы, подготовка к выполнению тестовых заданий, подготовка реферата	обеспечение дисциплины	
Тема 3. HR-брендинг как инновационный способ привлечения и удержания персонала:	1. Модель создания и продвижения HR-бренда, модификация для различных условий 2. Инструменты реализации внутреннего HR-брендинга 3. Инструменты реализации внешнего HR-брендинга: 4. Сотрудничество с ВУЗами; HR-мероприятия	12	Изучение основной и дополнительной литературы, подготовка к выполнению тестовых заданий, подготовка реферата	Учебно-методическое обеспечение дисциплины	тест, опрос, реферат
Тема 4. Оценка эффективности HR-бренда:	1. Ключевые показатели оценки HR-бренда компании. 2. Методы оценки HR-бренда организации 3. Источники информации оценки HR-бренда: внутренний корпоративный портал, локальные программные продукты.	10	Изучение основной и дополнительной литературы, подготовка к выполнению тестовых заданий, подготовка реферата	Учебно-методическое обеспечение дисциплины	тест, опрос, реферат
Итого		44 ¹			

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

5.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Код и наименование компетенции	Этапы формирования
--------------------------------	--------------------

¹ Реализуется в формате электронного обучения с применением дистанционных образовательных технологий.

ДПК-1. Способен на основе знаний трудового законодательства и иных нормативных правовых актов, содержащих нормы трудового права, норм этики и делового общения, осуществлять ведение документации по персоналу, принимать участие в администрировании процессов и осуществлять организацию документооборота по управлению персоналом	1. Работа на учебных занятиях 2. Самостоятельная работа
ДПК-2 .Способен основываясь на знаниях кадрового планирования и контроллинга, основ маркетинга персонала, разработки и реализации стратегии привлечения персонала, основ социологии труда, экономики, организации труда осуществлять деятельность по обеспечению персоналом организацию, в т.ч. определять потребность организации в персонале, принимать участие в разработке программ поиска, привлечения, подбора и отбора персонала, проводить консультации по вопросам привлечения персонала	1. Работа на учебных занятиях 2. Самостоятельная работа

5.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Оцениваемые компетенции	Уровень сформированности	Этап формирования	Описание показателей	Критерии оценивания	Шкала оценивания
ДПК-1	Пороговый	1. Работа на учебных занятиях 2. Самостоятельная работа	Знать: основы трудового законодательства, Уметь: - систематизировать информацию, используя методы документального анализа, в ходе анализа проблем	Опрос Тест Реферат	Шкала оценивания опроса Шкала оценивания теста Шкала оценивания реферата
	Продвинутый	1. Работа на учебных занятиях 2. Самостоятельная работа	Знать: основы трудового законодательства, Уметь: - систематизировать информацию, используя методы документального анализа, в ходе анализа проблем Владеть: -навыками диагностики документов по управлению персоналом	Опрос Тест Реферат	Шкала оценивания опроса Шкала оценивания теста Шкала оценивания реферата
ДПК-2	Пороговый	1. Работа на учебных занятиях 2. Самостоятельная работа	Знать сущность и особенности применения основных методов и приемов сбора первичных и вторичных данных по проблемам управления персоналом в области HR-брендинга Уметь систематизировать информацию, используя методы документального анализа, в ходе анализа проблем	Опрос Тест Реферат	Шкала оценивания опроса Шкала оценивания теста Шкала оценивания реферата
	Продвинут	1. Работа на	Знать	Опрос	Шкала

	ый	учебных занятиях 2. Самостоятельная работа	сущность и особенности применения основных методов и приемов сбора первичных и вторичных данных по проблемам управления персоналом в области HR-брендинга Уметь систематизировать информацию, используя методы документального анализа, в ходе анализа проблем Владеть навыками оценивать полученную информацию и понимать принципы взаимодействия по кадровым вопросам с общественными организациями в области HR-брендинга	Тест Реферат	оценивания опроса Шкала оценивания теста Шкала оценивания реферата
--	----	---	--	-----------------	--

Шкала оценивания опроса

Устный *опрос* оценивается от 0 до 10 баллов.

Критерии оценивания	Интервал оценивания
1. Самостоятельно и аргументировано делать анализ, обобщать, выводы	0-2
2. Самостоятельно, уверенно и безошибочно применяет полученные знания в решении проблем на творческом уровне	0-2
3. Умеет составить полный и правильный ответ на основе изученного материала; выделять главные положения, самостоятельно подтверждать ответ конкретными примерами, фактами	0-3
4. Понимание сущности рассматриваемых понятий, явлений и закономерностей, теорий, взаимосвязей	0-3

Шкала оценивания теста

Написание теста оценивается по шкале от 0 до 20 баллов.

18-20 баллов (80-100% правильных ответов);

16-17 баллов (70-75 % правильных ответов);

15 баллов (50-65 % правильных ответов);

0-14 баллов (менее 50 % правильных ответов).

Шкала оценивания реферата

Написание *реферата* оценивается по шкале от 0 до 30 баллов.

Критерии оценивания	Интервал оценивания
1. Степень раскрытия темы	0-4
2. Личный вклад автора	0-5
3. Структурированность материала	0-4
4. Постраничные ссылки	0-4
5. Объем и качество используемых источников	0-4
6. Оформление текста и грамотность речи	0-4

7. Защита реферата	0-5
--------------------	-----

5.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Примеры тестовых заданий:

1. Какой элемент формирует внутренние коммуникации HR-бренда:
 - 1) ценности организации
 - 2) возможности профессионального развития и карьерного роста
 - 3) культура взаимоотношений
 - 4) компетенции персонала
2. В комплекс технических средств, обеспечивающих работу системы, входят:
 - 1) документация по использованию информационных технологий
 - 2) средства моделирования процессов управления системой
 - 3) техническая документация на разработку программных средств
 - 4) устройства сбора, накопления, обработки, передачи и вывода информации
3. В каком году впервые был представлен термин HR-бренд в публицистике:
 - 1) 1990
 - 2) 2003
 - 3) 1988
 - 4) 2012
4. Какому автору принадлежит цитата «HR-бренд – это имидж компании, который во многом определяется корпоративной культурой»?
 - 1) Б. Минчингтон
 - 2) Р. Мосли
 - 3) А. Мичурина
 - 4) С. Ллойд

Примерные темы рефератов:

1. Мифодизайн элементов бренд-стиля.
2. Современная практика HR брендинга.
3. Лучшие практики HR-брендинга в России и за рубежом.
4. Распределение зон ответственности за реализацию HR-брендинга в организации.
5. Анализ приоритетных мероприятий в области HR-бренда.
6. Рекрутинговый брендинг: содержание и назначение.
7. Социальные медиа в HR-брендинге.
8. Показатели эффективности HR-бренда.
9. Эффекты от введения HR-бренда российских компаний.
10. Исследования компании Headhunter в области HR-брендинга.
11. Рекламный бренд-слоган в технологиях HR.

12. Методы управления бренд-инновациями.
13. Характеристика бренд-символов, используемых в технологиях HR.
14. HR-бренд и корпоративная культура.
15. HR-брендинг как эффективный инструмент рекрутмента персонала.

Примерные вопросы для опроса:

1. Понятие HR-бренда.
2. Анализ зарубежных и отечественных практик реализации HR-бренда.
3. Значение HR-бренда в системе HR-менеджмента.
4. Основные элементы HR-брендинга.
5. Структура HR-брендинга, краткая характеристика.
6. Использование IT-технологий в построении HR-бренда организации (офлайн, онлайн)
7. Анализ моделей формирования имиджа компании работодателя на примере конкретной организации.
8. Использование инструментария персонал-маркетинга в организации.
9. Понятие ребрендинга организации. Корректировка информационного наполнения сайтов.
10. Внешние факторы стратегии HR-бренда.
11. Внутренние факторы стратегии HR-бренда.
12. Ошибки при построении HR-бренда организации.
13. Традиционные и современные технологии привлечения персонала с использованием IT-технологий.
14. Модель создания и продвижения HR-бренда организации.
15. Цели внутреннего и внешнего HR-брендинга.
16. Инструменты реализации внутреннего HR-брендинга.
17. Инструменты реализации внешнего HR-брендинга.
18. PR-мероприятия, нацеленные на улучшение имиджа и репутации компании.
19. HR-мероприятия, нацеленные на улучшение имиджа и репутации компании.
20. Механизм реализации программы внутреннего брендинга.
21. Конкурс на получение премии «HR-бренд»: назначение, участие, опыт
22. Показатели оценки HR-бренда компании.
23. Повышение уровня лояльности сотрудников за счет инструментария HR-бренда.
24. Методы оценки эффективности HR-бренда организации (социальный и экономический эффект).
25. Источники информации оценки HR-бренда.
26. Технологии развития HR-бренда за счет активного использования различных HR-проектов.
27. Разработка и внедрение сильного HR-бренда компании: преимущества.
28. Качество внутрикорпоративных HR-процессов.

Примерные вопросы к зачету:

1. Понятие и содержание HR-бренда организации.

2. Подходы к исследованию HR-бренда организации.
3. Роль и значение HR-бренда в системе управления персоналом организации.
4. HR-брендинг: элементы и структура
5. Сбор и обработка информации в глобальных компьютерных сетях и локальных корпоративных информационных системах в построении HR-бренда организации.
6. Формирование имиджа компании работодателя: содержание, модели.
7. Технологии персонал-маркетинга в управлении персоналом.
8. Построение имиджевого профиля на основе ребрендинга сайта организации, работа с офлайновыми каналами коммуникации.
9. Анализ внешних и внутренних факторов стратегии HR-бренда.
10. Стадии реализации пошаговой стратегии построения и развития HR-бренда.
11. Анализ проблем при построении HR-бренда организации.
12. Технологии привлечения и удержания персонала: традиционные и современные.
13. Модель создания и продвижения HR-бренда.
14. Инструменты реализации внутреннего HR- брендинга.
15. Инструменты реализации внешнего HR- брендинга.
16. Ключевые показатели оценки HR-бренда компании (уровень удовлетворенности, уровень заработной платы и социального пакета, прозрачность мотивационной политики, корпоративной культуры, системы адаптации, программ обучения и развития сотрудников, взаимоотношений в коллективе, отношения руководства к персоналу).
17. Методы оценки HR-бренда организации.
18. Источники информации оценки HR-бренда
19. Технологии развития HR-бренда за счет активного использования различных HR-проектов.
20. Методы управления бренд-инновациями.
21. Характеристика бренд-символов используемых в технологиях HR.
22. Классификация атрибутов HR- бренда.
23. Рекламный бренд-слоган в технологиях HR.
24. Стратегии и методы управления брендинг- процессами.

5.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Основными формами текущего контроля являются устный опрос, реферат, тест.

Соотношение вида работ и количества баллов в рамках процедуры оценивания

Вид работы	количество баллов
Устный опрос	до 10 баллов

Тест	до 20 баллов
Реферат	до 30 баллов
Зачет	до 20 баллов

Шкала оценивания зачета

Критерии оценивания	Интервал оценивания
студент быстро и самостоятельно готовится к ответу; при ответе полностью раскрывает сущность поставленного вопроса; способен проиллюстрировать свой ответ конкретными примерами; демонстрирует понимание проблемы и высокий уровень ориентировки в ней; формулирует свой ответ самостоятельно, используя лист с письменным вариантом ответа лишь как опору, структурирующую ход рассуждения	16-20
студент самостоятельно готовится к ответу; при ответе раскрывает основную сущность поставленного вопроса; демонстрирует понимание проблемы и достаточный уровень ориентировки в ней, при этом затрудняется в приведении конкретных примеров.	11-15
студент готовится к ответу, прибегая к некоторой помощи; при ответе не в полном объеме раскрывает сущность поставленного вопроса, однако, при этом, демонстрирует понимание проблемы.	6-10
студент испытывает выраженные затруднения при подготовке к ответу, пытается воспользоваться недопустимыми видами помощи; при ответе не раскрывает сущность поставленного вопроса; не ориентируется в рассматриваемой проблеме; оказываемая стимулирующая помощь и задаваемые уточняющие вопросы не способствуют более продуктивному ответу студента.	0-5

Итоговая шкала оценивания результатов освоения дисциплины

Итоговая оценка по дисциплине выставляется по приведенной ниже шкале. При выставлении итоговой оценки преподавателем учитывается работа обучающегося в течение освоения дисциплины, а также оценка по промежуточной аттестации.

Количество баллов	Оценка по традиционной шкале
81-100	Зачтено
61-80	Зачтено
41-60	Зачтено
0-40	Не зачтено

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И РЕСУРСНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Основная литература

Домнин, В. Н. Брендинг : учебник и практикум для вузов / В. Н. Домнин. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 493 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13539-8. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/469384>

Рожков, И. Я. Брендинг : учебник для бакалавров / И. Я. Рожков, В. Г. Кисмерешкин. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 331 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3284-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/484939>

Чернышева, А. М. Брендинг : учебник для бакалавров / А. М. Чернышева, Т. Н. Якубова. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 504 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-2979-9. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/426128>

6.2. Дополнительная литература

1. Абуладзе, Д. Г. Документационное обеспечение управления персоналом : учебник и практикум для вузов / Д. Г. Абуладзе, И. Б. Выпрямкина, В. М. Маслова. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 299 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00875-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/469557>
2. Бычин, В. Б. Организация и нормирование труда : учебное пособие / В.Б. Бычин, Е.В. Шубенкова, С.В. Малинин. — Москва : ИНФРА-М, 2021. — 248 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-003599-4. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/991802>
3. Кибанов, А. Я. Управление персоналом организации : учебник / под ред. А. Я. Кибанова. — 4-е изд., доп. и перераб. — Москва : ИНФРА-М, 2021. — 695 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-003671-7. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1372570>
4. Маслова, В. М. Управление персоналом : учебник и практикум для вузов / В. М. Маслова. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 431 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09984-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/468476>
5. Одегов, Ю. Г. Управление персоналом : учебник и практикум для вузов / Ю. Г. Одегов, Г. Г. Руденко. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 467 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-8710-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/468565>
6. Пугачев, В. П. Управление персоналом организации : учебник и практикум для вузов / В. П. Пугачев. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 402 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08905-9. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/473945>

6.3. Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

1. www.consultant.ru - Правовая информационная система КонсультантПлюс
2. www.gks.ru - Федеральная служба государственной статистики
3. <http://www.garant.ru> - Правовая информационная система Гарант;

6.4. Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

1. www.kdelo.ru - практический журнал «Кадровое дело» по работе с персоналом
2. www.pro-personal.ru – электронная версия журнала «Справочник кадровика» - ведущего российского журнала руководителя кадровой службы
3. <http://rosmintrud.ru> - Министерство труда и социальной защиты Российской Федерации

7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

1. Методические рекомендации по подготовке и проведению практических занятий по дисциплинам, реализуемым на экономическом факультете;
2. Методические рекомендации по подготовке и проведению лекционных занятий по дисциплинам, реализуемым на экономическом факультете;
3. Методические рекомендации по организации самостоятельной работы по дисциплинам, реализуемым на экономическом факультете;
4. Методические рекомендации по выполнению тестовых заданий по дисциплинам, реализуемым на экономическом факультете.

8. ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Лицензионное программное обеспечение:

Microsoft Windows

Microsoft Office

Kaspersky Endpoint Security

Информационные справочные системы:

Система ГАРАНТ

Система «КонсультантПлюс»

Профессиональные базы данных

fgosvo.ru – Портал Федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования

pravo.gov.ru - Официальный интернет-портал правовой информации

www.edu.ru – Федеральный портал Российское образование

Свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства

ОМС Плеер (для воспроизведения Электронных Учебных Модулей)

7-zip

Google Chrome

9. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает в себя:

- учебные аудитории для проведения учебных занятий, оснащенные оборудованием и техническими средствами обучения: учебной мебелью, доской, демонстрационным оборудованием, персональными компьютерами, проектором;
- помещения для самостоятельной работы, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде.