

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего
образования «Вятский государственный университет»
(ВятГУ)
г. Киров

Утверждаю
Директор/Декан Соболева О. Н.



Номер регистрации
РПД_3-38.03.03.01_2021_126225
Актуализировано: 31.05.2021

Рабочая программа дисциплины
HR-брендинг

| | наименование дисциплины |
|--------------------------|---|
| Квалификация выпускника | Бакалавр |
| Направление подготовки | 38.03.03 шифр |
| | Управление персоналом наименование |
| Направленность (профиль) | 3-38.03.03.01 шифр |
| | Управление персоналом организации наименование |
| Формы обучения | Заочная, Очная, Очно-заочная наименование |
| Кафедра-разработчик | Кафедра туризма и управления персоналом (ОРУ) наименование |
| Выпускающая кафедра | Кафедра туризма и управления персоналом (ОРУ) наименование |

Киров, 2021 г.

Сведения о разработчиках рабочей программы дисциплины

Колесова Юлия Анатольевна

ФИО

Цели и задачи дисциплины

| | |
|-------------------|---|
| Цель дисциплины | Формирование комплекса теоретических знаний и развитие умений и навыков в области управления брендом работодателя. |
| Задачи дисциплины | <ol style="list-style-type: none"> 1. Изучить терминологию, ключевые понятия и основы HR бренда. 2. Исследовать и анализировать бренд работодателя. 3. Научить создавать концепции HR бренда. 4. Изучить инструменты построения HR бренда. 5. Ознакомиться с факторами, влияющими на формирование HR бренда у соискателей. |

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Компетенция УК-10

| Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности | | |
|--|---|---|
| Знает | Умеет | Владеет |
| методы анализа экономической информации, необходимой для принятия обоснованных решений в профессиональной деятельности | принимать экономически обоснованные решения; выделять основные метрики оценки эффективности работы с брендом работодателя, собирать и анализировать данные для такой оценки | навыками разработки и обоснования экономических решений в профессиональной деятельности |

Компетенция ПК-2

| способен к организации мероприятий профессионального развития персонала, процессов обучения, управления карьерой и служебно-профессиональным продвижением персонала, организации работы с кадровым резервом, применению на практике различных видов, форм и методов обучения персонала, администрировать процессы документооборота по развитию и профессиональной карьере, обучению, адаптации и стажировке персонала | | |
|---|---|--|
| Знает | Умеет | Владеет |
| ключевые понятия, цели и задачи HR-брендинга; специфику запуска и управления проектами по развитию бренда работодателя в компаниях с различной численностью сотрудников, работающих в разных секторах рынка, российских и международных | выстраивать полный цикл работы с брендом работодателя от определения целей до оценки эффективности; формировать рабочую группу проекта, включая взаимодействие с внутренними стейкхолдерами и внешними подрядчиками; определять необходимый минимум и оптимум необходимых | навыками использования современных инструментов, применяемых при проведении полного цикла работ по управлению брендом работодателя; навыками организации и планирования мероприятий по управлению брендом работодателя |

| | | |
|--|---|--|
| | исследований; определять и реализовывать основные этапы работы с ценностным предложением работодателя (EVP); формировать стратегию продвижения бренда работодателя (на рынке труда и внутри компании) | |
|--|---|--|

Структура дисциплины
Тематический план

| № п/п | Наименование разделов дисциплины | Шифр формируемых компетенций |
|-------|---|------------------------------|
| 1 | Основные подходы к осуществлению HR-брендинга | УК-10 |
| 2 | Инструменты построения HR бренда. Внутренний HR бренд | ПК-2 |
| 3 | Подготовка и прохождение промежуточной аттестации | ПК-2, УК-10 |

Формы промежуточной аттестации

| | |
|-----------------|--|
| Зачет | Не предусмотрен (Очная форма обучения) Не предусмотрен (Заочная форма обучения) Не предусмотрен (Очно-заочная форма обучения) |
| Экзамен | 8 семестр (Очная форма обучения) 9 семестр (Заочная форма обучения) 9 семестр (Очно-заочная форма обучения) |
| Курсовая работа | Не предусмотрена (Очная форма обучения) Не предусмотрена (Заочная форма обучения) Не предусмотрена (Очно-заочная форма обучения) |
| Курсовой проект | Не предусмотрена (Очная форма обучения) Не предусмотрена (Заочная форма обучения) Не предусмотрена (Очно-заочная форма обучения) |

Трудоемкость дисциплины

| Форма обучения | Курсы | Семестры | Общий объем (трудоемкость) | | Контактная работа, час | в том числе аудиторная контактная работа обучающихся с преподавателем, час | | | | Самостоятельная работа, час | Курсовая работа (проект), семестр | Зачет, семестр | Экзамен, семестр |
|-----------------------------|-------|----------|----------------------------|-----|------------------------|--|--------|-----------------------------------|----------------------|-----------------------------|-----------------------------------|----------------|------------------|
| | | | Часов | ЗЕТ | | Всего | Лекции | Семинарские, практические занятия | Лабораторные занятия | | | | |
| Очная форма обучения | 4 | 8 | 216 | 6 | 121.5 | 68 | 34 | 34 | 0 | 94.5 | | | 8 |
| Заочная форма обучения | 4, 5 | 8, 9 | 216 | 6 | 18.5 | 16 | 8 | 8 | 0 | 197.5 | | | 9 |
| Очно-заочная форма обучения | 5 | 9 | 216 | 6 | 94 | 50 | 16 | 34 | 0 | 122 | | | 9 |

Содержание дисциплины

Очная форма обучения

| Код занятия | Наименование тем занятий | Трудоемкость, академических часов |
|---|--|-----------------------------------|
| Раздел 1 «Основные подходы к осуществлению HR-брендинга» | | 96.00 |
| Лекции | | |
| Л1.1 | Основные понятия и термины; бизнес-задачи HR бренда | 2.00 |
| Л1.2 | Система управления HR брендом, мировые тенденции | 4.00 |
| Л1.3 | Сущность и структура, типология HR бренда | 2.00 |
| Л1.4 | Факторы, формирующие HR бренд | 2.00 |
| Л1.5 | Развитие и востребованность применения HR-брендинга в современном бизнесе | 2.00 |
| Л1.6 | Исследования и анализ HR-брендинга | 4.00 |
| Л1.7 | Виды исследований; фокус-группы с внешними заинтересованными сторонами; рейтинги | 4.00 |
| Семинары, практические занятия | | |
| П1.1 | Сущностное наполнение HR-брендинга в практике современных компаний | 2.00 |
| П1.2 | Практика HR-брендинга в современном бизнесе | 2.00 |
| П1.3 | Анализ рынка труда, внутренней demographics (образование, годы опыта работы, gender, возраст), состояния конкурентов | 2.00 |
| П1.4 | Поиск и анализ целевых аудиторий | 2.00 |
| П1.5 | Определение проблемных зон HR бренда | 2.00 |
| П1.6 | Создание концепции HR бренда | 2.00 |
| П1.7 | Ценности организации как основа формирования ценностного предложения сотрудникам | 2.00 |
| П1.8 | Разработка стратегии продвижения HR бренда | 4.00 |
| Самостоятельная работа | | |
| С1.1 | Самостоятельная работа по подготовке к текущей аттестации | 32.00 |
| Контактная внеаудиторная работа | | |
| КВР1.1 | Контактная внеаудиторная работа | 26.00 |
| Раздел 2 «Инструменты построения HR бренда. Внутренний HR бренд» | | 93.00 |
| Лекции | | |
| Л2.1 | Проведение внутренних исследований | 4.00 |
| Л2.2 | Факторы, влияющие на формирование внутреннего HR бренда | 2.00 |
| Л2.3 | Вовлеченность персонала | 2.00 |
| Л2.4 | Годовой цикл формирования (улучшения) показателей вовлеченности | 2.00 |
| Л2.5 | Создание условий на рабочем месте | 2.00 |
| Л2.6 | Лояльность (Амбассадорство) к бренду (продукции) компании | 2.00 |

| Семинары, практические занятия | | |
|---|---|---------------|
| П2.1 | Создание сообществ внутри компании (скауты, активаторы) | 2.00 |
| П2.2 | Создание форумов, онлайн приложений | 2.00 |
| П2.3 | Внутренние коммуникации: цели и задачи; структура внутренних коммуникаций; каналы; фото-видео материалы | 2.00 |
| П2.4 | Роль СЕО, руководства во внутреннем маркетинге | 2.00 |
| П2.5 | Внутренние мероприятия | 2.00 |
| П2.6 | Темы и форматы | 2.00 |
| П2.7 | Критерии оценки успешного мероприятия | 2.00 |
| П2.8 | Социальная деятельность компаний. Волонтерство. Внутренние кодексы | 2.00 |
| Самостоятельная работа | | |
| С2.1 | Самостоятельная работа по подготовке к текущей аттестации | 38.00 |
| Контактная внеаудиторная работа | | |
| КВР2.1 | Контактная внеаудиторная работа | 25.00 |
| Раздел 3 «Подготовка и прохождение промежуточной аттестации» | | 27.00 |
| ЭЗ.1 | Подготовка к сдаче экзамена | 24.50 |
| КВР3.1 | Консультация перед экзаменом | 2.00 |
| КВР3.2 | Сдача экзамена | 0.50 |
| ИТОГО | | 216.00 |

Очно-заочная (вечерняя) форма обучения

| Код занятия | Наименование тем занятий | Трудоемкость, академических часов |
|---|--|-----------------------------------|
| Раздел 1 «Основные подходы к осуществлению HR-брендинга» | | 91.00 |
| Лекции | | |
| Л1.1 | Основные понятия и термины; бизнес-задачи HR бренда | 1.00 |
| Л1.2 | Система управления HR брендом, мировые тенденции | 1.00 |
| Л1.3 | Сущность и структура, типология HR бренда | 1.00 |
| Л1.4 | Факторы, формирующие HR бренд | 1.00 |
| Л1.5 | Развитие и востребованность применения HR-брендинга в современном бизнесе | 1.00 |
| Л1.6 | Исследования и анализ HR-брендинга | 1.00 |
| Л1.7 | Виды исследований; фокус-группы с внешними заинтересованными сторонами; рейтинги | 1.00 |
| Семинары, практические занятия | | |
| П1.1 | Сущностное наполнение HR-брендинга в практике современных компаний | 2.00 |
| П1.2 | Практика HR-брендинга в современном бизнесе | 2.00 |
| П1.3 | Анализ рынка труда, внутренней demographics (образование, годы опыта работы, gender, возраст), состояния конкурентов | 2.00 |

| | | |
|---|---|---------------|
| П1.4 | Поиск и анализ целевых аудиторий | 2.00 |
| П1.5 | Определение проблемных зон HR бренда | 2.00 |
| П1.6 | Создание концепции HR бренда | 4.00 |
| П1.7 | Ценности организации как основа формирования ценностного предложения сотрудникам | 2.00 |
| П1.8 | Разработка стратегии продвижения HR бренда | 2.00 |
| Самостоятельная работа | | |
| С1.1 | Самостоятельная работа по подготовке к текущей аттестации | 46.00 |
| Контактная внеаудиторная работа | | |
| КВР1.1 | Контактная внеаудиторная работа | 20.00 |
| Раздел 2 «Инструменты построения HR бренда. Внутренний HR бренд» | | 98.00 |
| Лекции | | |
| Л2.1 | Проведение внутренних исследований | 2.00 |
| Л2.2 | Факторы, влияющие на формирование внутреннего HR бренда | 2.00 |
| Л2.3 | Вовлеченность персонала | 2.00 |
| Л2.4 | Годовой цикл формирования (улучшения) показателей вовлеченности | 1.00 |
| Л2.5 | Создание условий на рабочем месте | 1.00 |
| Л2.6 | Лояльность (Амбассадорство) к бренду (продукции) компании | 1.00 |
| Семинары, практические занятия | | |
| П2.1 | Создание сообществ внутри компании (скауты, активаторы) | 2.00 |
| П2.2 | Создание форумов, онлайн приложений | 2.00 |
| П2.3 | Внутренние коммуникации: цели и задачи; структура внутренних коммуникаций; каналы; фото-видео материалы | 2.00 |
| П2.4 | Роль CEO, руководства во внутреннем маркетинге | 2.00 |
| П2.5 | Внутренние мероприятия | 2.00 |
| П2.6 | Темы и форматы | 2.00 |
| П2.7 | Критерии оценки успешного мероприятия | 2.00 |
| П2.8 | Социальная деятельность компаний. Волонтерство. Внутренние кодексы | 2.00 |
| Самостоятельная работа | | |
| С2.1 | Самостоятельная работа по подготовке к текущей аттестации | 51.50 |
| Контактная внеаудиторная работа | | |
| КВР2.1 | Контактная внеаудиторная работа | 21.50 |
| Раздел 3 «Подготовка и прохождение промежуточной аттестации» | | 27.00 |
| ЭЗ.1 | Подготовка к сдаче экзамена | 24.50 |
| КВР3.1 | Консультация перед экзаменом | 2.00 |
| КВР3.2 | Сдача экзамена | 0.50 |
| ИТОГО | | 216.00 |

Заочная форма обучения

| Код занятия | Наименование тем занятий | Трудоемкость, академических часов |
|---|--|-----------------------------------|
| Раздел 1 «Основные подходы к осуществлению HR-брендинга» | | 72.00 |
| Лекции | | |
| Л1.1 | Основные понятия и термины; бизнес-задачи HR бренда | 0.50 |
| Л1.2 | Система управления HR брендом, мировые тенденции | 0.50 |
| Л1.3 | Сущность и структура, типология HR бренда | 1.00 |
| Л1.4 | Факторы, формирующие HR бренд | 1.00 |
| Л1.5 | Развитие и востребованность применения HR-брендинга в современном бизнесе | 1.00 |
| Л1.6 | Исследования и анализ HR-брендинга | 1.00 |
| Л1.7 | Виды исследований; фокус-группы с внешними заинтересованными сторонами; рейтинги | 1.00 |
| Семинары, практические занятия | | |
| П1.1 | Сущностное наполнение HR-брендинга в практике современных компаний | |
| П1.2 | Практика HR-брендинга в современном бизнесе | |
| П1.3 | Анализ рынка труда, внутренней demographics (образование, годы опыта работы, gender, возраст), состояния конкурентов | |
| П1.4 | Поиск и анализ целевых аудиторий | |
| П1.5 | Определение проблемных зон HR бренда | |
| П1.6 | Создание концепции HR бренда | |
| П1.7 | Ценности организации как основа формирования ценностного предложения сотрудникам | |
| П1.8 | Разработка стратегии продвижения HR бренда | |
| Самостоятельная работа | | |
| С1.1 | Самостоятельная работа по подготовке к текущей аттестации | 66.00 |
| Контактная внеаудиторная работа | | |
| КВР1.1 | Контактная внеаудиторная работа | |
| Раздел 2 «Инструменты построения HR бренда. Внутренний HR бренд» | | 135.00 |
| Лекции | | |
| Л2.1 | Проведение внутренних исследований | 0.50 |
| Л2.2 | Факторы, влияющие на формирование внутреннего HR бренда | 0.50 |
| Л2.3 | Вовлеченность персонала | |
| Л2.4 | Годовой цикл формирования (улучшения) показателей вовлеченности | 0.50 |
| Л2.5 | Создание условий на рабочем месте | |
| Л2.6 | Лояльность (Амбассадорство) к бренду (продукции) компании | 0.50 |
| Семинары, практические занятия | | |
| П2.1 | Создание сообществ внутри компании (скауты, | 1.00 |

| | | |
|---|---|---------------|
| | активаторы) | |
| П2.2 | Создание форумов, онлайн приложений | 1.00 |
| П2.3 | Внутренние коммуникации: цели и задачи; структура внутренних коммуникаций; каналы; фото-видео материалы | 1.00 |
| П2.4 | Роль СЕО, руководства во внутреннем маркетинге | 1.00 |
| П2.5 | Внутренние мероприятия | 1.00 |
| П2.6 | Темы и форматы | 1.00 |
| П2.7 | Критерии оценки успешного мероприятия | 1.00 |
| П2.8 | Социальная деятельность компаний. Волонтерство. Внутренние кодексы | 1.00 |
| Самостоятельная работа | | |
| С2.1 | Самостоятельная работа по подготовке к текущей аттестации | 125.00 |
| Контактная внеаудиторная работа | | |
| КВР2.1 | Контактная внеаудиторная работа | |
| Раздел 3 «Подготовка и прохождение промежуточной аттестации» | | 9.00 |
| ЭЗ.1 | Подготовка к сдаче экзамена | 6.50 |
| КВР3.1 | Консультация перед экзаменом | 2.00 |
| КВР3.2 | Сдача экзамена | 0.50 |
| ИТОГО | | 216.00 |

Содержание дисциплины данной рабочей программы используется при обучении по индивидуальному учебному плану, при ускоренном обучении, при применении дистанционных образовательных технологий и электронном обучении (при наличии).

Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Успешное освоение дисциплины предполагает активное, творческое участие обучающегося на всех этапах ее освоения путем планомерной, повседневной работы. Обучающийся обязан посещать лекции, семинарские, практические и лабораторные занятия (при их наличии), получать консультации преподавателя и выполнять самостоятельную работу.

Изучение дисциплины следует начинать с проработки настоящей рабочей программы, методических указаний и разработок, указанных в программе, особое внимание уделить целям, задачам, структуре и содержанию дисциплины.

Главной задачей каждой лекции является раскрытие сущности темы и анализ ее основных положений. Тематика лекций определяется настоящей рабочей программой дисциплины.

Лекции – это систематическое устное изложение учебного материала. На них обучающийся получает основной объем информации по каждой конкретной теме. Лекции обычно носят проблемный характер и нацелены на освещение наиболее трудных и дискуссионных вопросов.

Предполагается, что обучающиеся приходят на лекции, предварительно проработав соответствующий учебный материал по источникам, рекомендованным программой. Часто обучающимся трудно разобраться с дискуссионными вопросами, дать однозначный ответ. Преподаватель, сравнивая различные точки зрения, излагает свой взгляд и нацеливает их на дальнейшие исследования и поиск научных решений. После лекции желательно вечером перечитать и закрепить полученную информацию, тогда эффективность ее усвоения значительно возрастает. При работе с конспектом лекции необходимо отметить материал, который вызывает затруднения для понимания, попытаться найти ответы на затруднительные вопросы, используя предлагаемую литературу. Если самостоятельно не удалось разобраться в материале, сформулируйте вопросы и обратитесь за помощью к преподавателю.

Целью семинарских занятий является проверка уровня понимания обучающимися вопросов, рассмотренных на лекциях и в учебной литературе.

Целью практических и лабораторных занятий является формирование у обучающихся умений и навыков применения теоретических знаний в реальной практике решения задач; восполнение пробелов в пройденной теоретической части курса.

Семинарские, практические и лабораторные занятия в равной мере направлены на совершенствование индивидуальных навыков решения теоретических и прикладных задач, выработку навыков интеллектуальной работы, а также ведения дискуссий. Для успешного участия в семинарских, практических и лабораторных занятиях обучающемуся следует тщательно подготовиться.

Основной формой подготовки обучающихся к практическим (лабораторным) занятиям является самостоятельная работа с учебно-методическими материалами, научной литературой, статистическими данными и т.п.

Изучив конкретную тему, обучающийся может определить, насколько хорошо он в ней разобрался. Если какие-то моменты остались непонятными, целесообразно составить список вопросов и на занятии задать их преподавателю. Практические (лабораторные) занятия предоставляют обучающемуся возможность творчески раскрыться, проявить инициативу и развить навыки публичного ведения дискуссий и общения.

Самостоятельная работа обучающихся включает в себя выполнение различного рода заданий (изучение учебной и научной литературы, материалов лекций, систематизацию прочитанного материала, подготовку контрольной работы, решение

задач, подготовка докладов, написание рефератов, публикация тезисов, научных статей, подготовка и защита курсовой работы / проекта и другие), которые ориентированы на глубокое усвоение материала изучаемой дисциплины.

Обучающимся рекомендуется систематически отводить время для повторения пройденного материала, проверяя свои знания, умения и навыки.

Внутренняя система оценки качества освоения дисциплины включает входной контроль уровня подготовленности обучающихся, текущий контроль успеваемости, промежуточную аттестацию, направленную на оценивание промежуточных и окончательных результатов обучения по дисциплине (в том числе результатов курсового проектирования (выполнения курсовых работ) при наличии).

При проведении промежуточной аттестации обучающегося учитываются результаты текущего контроля, проводимого в течение освоения дисциплины.

Процедура оценивания результатов освоения дисциплины осуществляется на основе действующих локальных нормативных актов ФГБОУ ВО «Вятский государственный университет», с которыми обучающиеся знакомятся на официальном сайте университета www.vyatsu.ru.

Учебно-методическое обеспечение дисциплины, в том числе учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающегося по дисциплине

Учебная литература (основная)

1) Грошев, И. В. Системный бренд-менеджмент : учебник / И.В. Грошев. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 655 с. - ISBN 978-5-238-02203-1 : Б. ц. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=117920/> (дата обращения: 03.03.2021). - Режим доступа: ЭБС Университетская библиотека ONLINE. - Текст : электронный.

2) Бруковская, Ольга. Как построить HR-БРЕНД вашей компании : 53 способа повысить привлекательность компании-работодателя / О. Бруковская, Н. Осовицкая. - Москва [и др.] : Питер, 2010. - 284 с. - (Премия HR-бренд) (Библиотека группы компаний HeadHunter). - Библиогр.: с. 283-284. - ISBN 978-5-49807-712-3 : 155.98 р. - Текст : непосредственный.

3) Макашев, М. О. Бренд : учебное пособие / М.О. Макашев. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 207 с. - ISBN 5-238-00635-7 : Б. ц. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114390/> (дата обращения: 03.03.2021). - Режим доступа: ЭБС Университетская библиотека ONLINE. - Текст : электронный.

4) Формирование бренда предприятия : учебное пособие / О.В. Бондарская, Т.А. Бондарская, Р.Г. Гучетль, Л.Г. Попова. - Тамбов : Издательство ФГБОУ ВПО «ТГТУ», 2017. - 214 с. : ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-8265-1704-8 : Б. ц. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=499002/> (дата обращения: 03.03.2021). - Режим доступа: ЭБС Университетская библиотека ONLINE. - Текст : электронный.

Учебная литература (дополнительная)

1) Шестакова, Е. В. Формирование модели HR-бренда предприятия в системе управления человеческими ресурсами : монография / Е.В. Шестакова, М.В. Хомидова. - Москва : Креативная экономика, 2020. - 162 с. : ил. - Библиогр.: с. 144 - 151. - ISBN 978-5-91292-327-2 : Б. ц. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=599742/> (дата обращения: 03.03.2021). - Режим доступа: ЭБС Университетская библиотека ONLINE. - Текст : электронный.

2) Катаргина, Наталья Александровна. Бренд-менеджмент : видеолекция: дисциплина "Бренд-менеджмент" / Н. А. Катаргина ; ВятГУ. - Киров : ВятГУ, [2015]. - + 1 on-line. - Загл с экрана. - Б. ц. - URL: <https://online.vyatsu.ru/content/brend-meneditzhment> (дата обращения: 19.11.2015). - Режим доступа: Видеолекция ВятГУ. - Изображение : видео.

3) Иванова, С. Ловушки HR-брендинга: как стать лучшим работодателем для сотрудников и кандидатов : научно-популярное издание / С. Иванова. - Москва :

Альпина Паблишер, 2019. - 242 с. : ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-9614-2141-5 : Б. ц. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=570383/> (дата обращения: 03.03.2021). - Режим доступа: ЭБС Университетская библиотека ONLINE. - Текст : электронный.

Учебно-методические издания

1) Фадеева, Наталия Юрьевна. Основы организации труда и управления персоналом : учебно-методическое пособие по проведению практических работ для студентов-бакалавров направления 38.03.03 "Управление персоналом", профиля "Управление персоналом" / Н. Ю. Фадеева ; ВятГУ, ИЭМ, ФМиС, каф. СТТД. - Киров : ВятГУ, 2020. - 40 с. - Б. ц. - URL: <https://lib.vyatsu.ru> (дата обращения: 27.01.2020). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - Текст : электронный.

2) Основы управления персоналом : учебно-методическое пособие для обучающихся направления 38.03.03 "Управление персоналом" всех профилей подготовки / ВятГУ, ИЭМ, ФМиС, каф. ТиУП ; сост. Ю. А. Колесова. - Киров : ВятГУ, 2021. - 46 с. - Б. ц. - URL: <https://lib.vyatsu.ru> (дата обращения: 25.02.2021). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - Текст : электронный.

Электронные образовательные ресурсы

1) Портал дистанционного обучения ВятГУ [электронный ресурс] / - Режим доступа: <http://mooc.do-kirov.ru/>

2) Раздел официального сайта ВятГУ, содержащий описание образовательной программы [электронный ресурс] / - Режим доступа: https://www.vyatsu.ru/php/programms/eduPrograms.php?Program_ID=3-38.03.03.01

3) Личный кабинет студента на официальном сайте ВятГУ [электронный ресурс] / - Режим доступа: <https://new.vyatsu.ru/account/>

4) Единое окно доступа к образовательным ресурсам <http://window.edu.ru/>

Электронные библиотечные системы (ЭБС)

- ЭБС «Научная электронная библиотека eLIBRARY» (<http://elibrary.ru/defaultx.asp>)
- ЭБС «Издательства Лань» (<http://e.lanbook.com/>)
- ЭБС «Университетская библиотека online» (www.biblioclub.ru)
- Внутренняя электронно-библиотечная система ВятГУ (<http://lib.vyatsu.ru/>)
- ЭБС «ЮРАЙТ» (<https://urait.ru>)

Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

- ГАРАНТ
- КонсультантПлюс

- Техэксперт: Нормы, правила, стандарты
- Роспатент (<https://www1.fips.ru/elektronnye-servisy/informatsionno-poiskovaya-sistema>)
- Web of Science® (<http://webofscience.com>)

Материально-техническое обеспечение дисциплины

Демонстрационное оборудование

| |
|--------------------------------------|
| Перечень используемого оборудования |
| МУЛЬТИМЕДИА ПРОЕКТОР CASIO XJ-F210WN |
| Экран LUMA |

Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, в том числе лицензионное и свободно распространяемое ПО (включая ПО отечественного производства)

| № п.п | Наименование ПО | Краткая характеристика назначения ПО |
|-------|--|--|
| 1 | Программная система с модулями для обнаружения текстовых заимствований в учебных и научных работах «Антиплагиат.ВУЗ» | Программный комплекс для проверки текстов на предмет заимствования из Интернет-источников, в коллекции диссертация и авторефератов Российской государственной библиотеки (РГБ) и коллекции нормативно-правовой документации LEXPRO |
| 2 | Microsoft Office 365 ProPlusEdu ALNG SubsVL MVL AddOn toOPP | Набор веб-сервисов, предоставляющий доступ к различным программам и услугам на основе платформы Microsoft Office, электронной почте бизнес-класса, функционалу для общения и управления документами |
| 3 | Office Professional Plus 2016 | Пакет приложений для работы с различными типами документов: текстами, электронными таблицами, базами данных, презентациями |
| 4 | Windows Professional | Операционная система |
| 5 | Kaspersky Endpoint Security для бизнеса | Антивирусное программное обеспечение |
| 6 | Справочная правовая система «Консультант Плюс» | Справочно-правовая система по законодательству Российской Федерации |
| 7 | Электронный периодический справочник ГАРАНТ Аналитик | Справочно-правовая система по законодательству Российской Федерации |
| 8 | Security Essentials (Защитник Windows) | Защита в режиме реального времени от шпионского программного обеспечения, вирусов. |
| 9 | МойОфис Стандартный | Набор приложений для работы с документами, почтой, календарями и контактами на компьютерах и веб браузерах |

Обновленный список программного обеспечения данной рабочей программы находится по адресу:
https://www.vyatsu.ru/php/list_it/index.php?op_id=126225