МИНОБРНАУКИ РОССИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Санкт-Петербургский государственный экономический университет»

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебной и методической работе
_____/Шубаева В.Г./
«28» августа 2020 г.

ЛИДЕРСТВО И ПЕРСОНАЛЬНЫЙ БРЕНДИНГ РУКОВОДИТЕЛЯ

Рабочая программа дисциплины

Направление подготовки	38.04.02 Менеджмент
Направленность (профиль) программы	Логистические и маркетинговые стратегии клиентоориентированности транснациональной транспортно-логистической компании
Уровень высшего образования	магистратура
Форма обучения	заочная

Составитель:
_____/ к.э.н., доцент Домнин В.Н.

Санкт-Петербург
2020

СОДЕРЖАНИЕ

АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) 4
1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ 5
2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ 5
3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ 5
4. ОБЪЕМ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ 6
5. СОДЕРЖАНИЕ РАЗДЕЛОВ И ТЕМ ДИСЦИПЛИНЫ 7
6. ЗАНЯТИЯ СЕМИНАРСКОГО ТИПА 8
7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ 9
7.1. Методические указания для обучающегося по освоению дисциплины 9
7.2. Организация самостоятельной работы 10
8. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ 11
9. РЕСУРСНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ 12
9.1. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины 12
9.2. Материально-техническое обеспечение учебного процесса 13
10. ОСОБЕННОСТИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ 13
11. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Наименование дисциплины	**ЛИДЕРСТВО И ПЕРСОНАЛЬНЫЙ БРЕНДИНГ РУКОВОДИТЕЛЯ**
Цели и задачи дисциплины	**Цель**: обучение магистрантов необходимым знаниям и базовым умениям по разработке и управлению брендом работодателя в системе корпоративного брендинга. **Задачи**: - обеспечить понимание магистрантами роли и значения бренда работодателя в системе корпоративного брендинга компании; - обеспечить понимание магистрантами основных принципов, подходов и методов разработки бренда работодателя и эффективного управления брендом работодателя в реальных условиях рынка труда; - раскрыть магистрантам основные теоретические и практические положения оценки результативности брендинга работодателя на операционном, тактическом и стратегическим уровнем корпоративного брендинга; - дать магистрантам возможность применения полученных знаний и умений в области управления брендом работодателя для решения конкретных проблем, возникающих в практической деятельности компании002E
Код и наименование компетенции выпускника	Способностью разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию (ПК-2).
Тематическая направленность дисциплины	Раздел 1. Роль и значение бренда работодателя в системе корпоративного бренда. Тема 1.1. Роль и значение, структура и функции бренда работодателя. Тема 1.2. Интеграция бренда работодателя в корпоративный бренд. Тема 1.3. Три ключевые функции бренда работодателя. Тема 1.4. Брендинг работодателя от хорошего к великому: управление талантами. Раздел 2. Эффективное управление брендом работодателя. Тема 2.1. Разработка ключевых показателей оценки эффективности брендинга работодателя. Тема 2.2. Типичные ошибки и лучшие практики по управлению брендом работодателя. Тема 2.3. Влияние бренда работодателя на стоимость бизнеса.
Кафедра	**Маркетинга**

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель дисциплины: обучение магистрантов необходимым знаниям и базовым умениям по разработке и управлению брендом работодателя в системе корпоративного брендинга.

Задачи:

- обеспечить понимание магистрантами роли и значения бренда работодателя в системе корпоративного брендинга компании;
- обеспечить понимание магистрантами основных принципов, подходов и методов разработки бренда работодателя и эффективного управления брендом работодателя в реальных условиях рынка труда;
- раскрыть магистрантам основные теоретические и практические положения оценки результативности брендинга работодателя на операционном, тактическом и стратегическим уровнем корпоративного брендинга;
- дать магистрантам возможность применения полученных знаний и умений в области управления брендом работодателя для решения конкретных проблем, возникающих в практической деятельности компании.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ[7]

Дисциплина Б1.В.ДВ.17.02 «Брендинг работодателя транснациональной транспортно-логистической компании» относится к выборным дисциплинам Блока 1 и является обязательной для освоения обучающимся после их выбора.

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы, представлены в таблице 3.1.

Таблица 3.1 – Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы[9]

Код и наименование компетенции выпускника	**Этапы формирования компетенций**	**Планируемые результаты обучения/индикаторы достижения компетенций** (показатели освоения компетенции)
1	**2**	**3**

ПК-2 способностью разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию	*Третий уровень (продвинутый)* *(ПК-2)-3*	***Декомпозиция II*** ***Знать:*** *концептуальные и методические основы формирования бренда работодателя транснациональной транспортно-логистической компании, структуру и функции бренда работодателя, отличия бренда работодателя от HR-бренда и корпоративного бренда* ***Уметь:*** *разрабатывать бренд работодателя транснациональной транспортно-логистической компании, интегрировать бренд работодателя в корпоративный бренд, управлять эффективностью брендинга работодателя* ***Владеть:*** *навыками разработки и управления брендом работодателя транснациональной транспортно-логистической компании для решения конкретных проблем компании*

4. ОБЪЕМ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 часа, из которых 96 часов самостоятельной работы обучающегося отводится на подготовку и защиту зачета, в том числе 36 часов занятий, проводимых в интерактивной форме.

Форма промежуточной аттестации: зачет – 4 семестр.

Распределение фонда времени по темам дисциплины по очной форме обучения представлено в таблице 4.

Таблица 4.1 – Распределение фонда времени по темам дисциплины[13]

Номер и наименование тем *и/или разделов/тем*	Объем дисциплины (ак. часы)			
	Контактная работа			СРО
	ЗЛТ	ПЗ	ЛР	
1	*2*	*3*	*4*	*5*
Раздел 1. Роль и значение бренда работодателя в системе корпоративного бренда	-	-	-	-
Тема 1.1. Роль и значение, структура и функции бренда работодателя	0,5	1	-	8
Тема 1.2. Интеграция бренда работодателя в корпоративный бренд	0,5	1	-	12
Тема 1.3. Три ключевые функции бренда работодателя	0,5	1	-	8
Тема 1.4. Брендинг работодателя от хорошего к великому: управление талантами	0,5	1	-	12
Раздел 2. Эффективное управление брендом работодателя	-	-	-	-
Тема 2.1. Разработка ключевых показателей оценки эффективности брендинга работодателя	0,5	1	-	16
Тема 2.2. Типичные ошибки и лучшие практики по управлению брендом работодателя	1	2	-	32
Тема 2.3. Влияние бренда работодателя на стоимость	0,5	1	-	8

бизнеса				
Всего по дисциплине:	4	8	-	96

*ЗЛТ – занятия лекционного типа, ПЗ – все виды занятий семинарского типа, кроме лабораторных работ, ЛР – лабораторные работы, СРО – самостоятельная работа обучающегося

5. СОДЕРЖАНИЕ РАЗДЕЛОВ И ТЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

РАЗДЕЛ 1. Роль и значение бренда работодателя в системе корпоративного бренда.

Тема 1.1. Роль и значение, структура и функции бренда работодателя.

Понятие, роль и значение, структура и функции, сущность и специфика корпоративного бренда. Понятие, роль и значение, структура и функции, сущность и специфика бренда работодателя. Отличие HR-бренда от бренда работодателя.

Тема 1.2. Интеграция бренда работодателя в корпоративный бренд.

Корпоративная культура компании и бренд работодателя. Бренд работодателя и социальная ответственность бизнеса. Бренд работодателя как корпоративный бренд на рынке труда. Значение бренда работодателя в системе корпоративного бренда. Разработка бренда работодателя, интегрированного в корпоративную культуру, миссию, видение и ценности компании.

Тема 1.3. Три ключевые функции бренда работодателя.

Проблемы и возможности бренда работодателя для привлечения квалифицированного персонала. Проблемы и возможности бренда работодателя удержания квалифицированного персонала. Природа приверженности сотрудника к корпоративному бренду. Проблемы и возможности бренда работодателя для повышения производительности труда. Повышение квалификации персонала. Самообразование персонала. Индивидуальная траектория развития каждого сотрудника как важный компонент бренда работодателя. Триединство бренда работодателя.

Тема 1.4. Брендинг работодателя от хорошего к великому: управление талантами.

Бренд работодателя как возможность реализации своего профессионального и творческого потенциала для каждого сотрудника. Внедрение системы непрерывного повышения квалификации. Бренд работодателя как пространство для самообразования и саморазвития. Траектории развития сотрудников, команд и компании. Dream Com:

идеальный бренд работодателя как тотальная синергия знаний, мастерства, компетентности, ума и таланта сотрудников, команд, подразделений и компании в целом.

РАЗДЕЛ 2. Эффективное управление брендом работодателя.

Тема 2.1. Разработка ключевых показателей оценки эффективности брендинга работодателя.

Метрики: разработка системы показателей эффективности брендинга работодателя на операционном уровне. KPI: разработка системы показателей эффективности брендинга работодателя на тактическом уровне. BSC: разработка системы показателей эффективности брендинга работодателя на стратегическом уровне. Интеграция операционного, тактического и стратегического уровней управления брендом работодателя.

Тема 2.2. Типичные ошибки и лучшие практики по управлению брендом работодателя.

Кейсы типичных ошибок (errata) при управлении брендом работодателя. Best Practice: доклады по лучшим практикам управления брендом работодателя. Анализ практического опыта Общероссийского конкурса «Премия HR-бренд».Разработка индивидуального проекта «Разработка бренда работодателя моей компании».

Тема 2.3. Влияние бренда работодателя на стоимость бизнеса.

Корпоративный бренд, бренд работодателя и гудвил: сущность и специфика. Бренд работодателя как нематериальный актив компании. Влияние бренда работодателя на параметры капитала корпоративного бренда и финансовые показатели деятельности компании. Подходы и методы расчета вклада бренда работодателя в стоимость корпоративного бренда и стоимость бизнеса.

6. ЗАНЯТИЯ СЕМИНАРСКОГО ТИПА

Таблица 6.1 – Практические занятия/ Семинарские занятия / Лабораторные работы

№ темы	Тема занятия	Вид занятия / Оценочное средство
1	*2*	*3*
1.1	Роль и значение бренда работодателя в системе корпоративного бренда	СЗ: Дискуссия
1.2	Разработка программы по интеграции бренда работодателя в корпоративный бренд в соответствии с корпоративной культурой компании	ПЗ: Решение практической задачи
1.3	Проблемы и возможности бренда работодателя для привлечения, удержания квалифицированного персонала и постоянного повышения производительности их труда	ПЗ: Решение практической задачи

1.4	Бренд работодателя как возможность реализации своего профессионального и творческого потенциала для каждого сотрудника	СЗ: Дискуссия
2.1	Разработка ключевых показателей оценки эффективности брендинга работодателя на операционном уровне (Metrics), тактическом уровне (KPI) и стратегическом уровне управления (BSC)	ПЗ: Решение практической задачи
2.2	Кейсы типичных ошибок (errata) при управлении брендом работодателя	ПЗ: Решение кейса
2.2	Best Practice: доклады по лучшим практикам управления брендом работодателя. Анализ практического опыта Общероссийского конкурса «Премия HR-бренд».	ПЗ: Решение кейса
2.3	Разработка подходов и методов расчета Brand Contribution и Brand Strength для бренда работодателя	ПЗ: Решение практической задачи

* ПЗ – практические занятия, СЗ – семинарские занятия, ЛР – лабораторные работы

7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ

7.1. Методические указания для обучающегося по освоению дисциплины

Для формирования четкого представления об объеме и характере знаний и умений, которыми надо будет овладеть по дисциплине в самом начале учебного курса, обучающийся должен ознакомиться с учебно- методической документацией:

– рабочей программой дисциплины: с целями и задачами дисциплины, ее связями с другими дисциплинами образовательной программы, перечнем знаний и умений, которыми в процессе освоения дисциплины должен владеть обучающийся;

– порядком проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации;

– графиком консультаций преподавателей кафедры.

Систематическое выполнение учебной работы на занятиях лекционных и семинарских типов, а также выполнение самостоятельной работы позволит успешно освоить дисциплину.

В процессе освоения дисциплины обучающимся следует:

– слушать, конспектировать излагаемый преподавателем материал;

– ставить, обсуждать актуальные проблемы курса, быть активным на занятиях;

– задавать преподавателю уточняющие вопросы с целью уяснения теоретических положений;

– выполнять задания практических занятий полностью и в установленные сроки.

При затруднениях в восприятии материала следует обратиться к

основным литературным источникам. Если разобраться в материале не удалось, то обратиться к лектору (по графику его консультаций) или к преподавателю на занятиях семинарского типа.

Обучающимся, пропустившим занятия (независимо от причин), не имеющим письменного решения задач или не подготовившимся к данному занятию, рекомендуется не позже чем в двухнедельный срок явиться на консультацию к преподавателю и отчитаться по теме.

7.2. Организация самостоятельной работы

Под самостоятельной работой обучающихся понимается планируемая работа обучающихся, направленная на формирование указанных компетенций, выполняемая во внеаудиторное время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, без его непосредственного участия.

Методическое обеспечение самостоятельной работы при наличии обучающихся лиц с ограниченными возможностями представляется в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

Виды самостоятельной работы по дисциплине представлены в таблице
7.2.1.

Таблица 7.2.1 – Организация самостоятельной работы обучающегося

№ темы	Вид самостоятельной работы
1	*2*
1.1 – 2.3	*Самостоятельное изучение основной и дополнительной литературы по теме*
1.1 – 2.3	*Ответы на контрольные вопросы и выполнение контрольных заданий по теме*
1.1 – 2.3	*Выполнение заданий для самостоятельной работы по теме*
1.2	*Самостоятельное изучение темы*
2.2	*Подготовка доклада и выступление с презентацией на практическом занятии*
1.1 – 2.3	*Подготовка к практическим занятиям*

Каждый вид СРО, указанный в таблице 7.2.1 обеспечен методическими материалами.

Для обучающихся заочной формы обучения разработаны методические рекомендации по выполнению контрольных работ. Методические рекомендации включают в себя все виды самостоятельной работы, предусмотренные для успешного освоения дисциплины.

8. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В рамках реализации дисциплины «Брендинг работодателя транснациональной транспортно-логистической компании» используются разнообразные образовательные технологии как традиционные, так и с применением активных и интерактивных методов обучения.

Активные и интерактивные методы обучения:

Активные и интерактивные методы обучения:

- проблемная лекция (темы 1.1-2.3);
- дискуссия (темы 1.1, 1.4);
- кейс-технологии (темы 2.2);
- конкурс (темы 2.2).

Проблемная лекция: характеризуется проблемным изложением материала: преподаватель ставит вопрос или формулирует проблемную задачу и показывает варианты ответов или способов решения, а студенты наблюдают за поиском и определяют свое отношение к полученному материалу.

Дискуссия: подготовка и обсуждение предложенной темы, сравнение, анализ, выявление области применения, достоинств и недостатков. Среди обучающихся выбираются пол одному студента на роль защитника и обвинителя.

Кейс-технология: включает порядок рассмотрения, анализа кейса, поиск и презентацию решения, выработку экспертной оценки, опирающейся на определенные критерии. Кейс – разновидность производственной или экономической ситуации, специально сформулированной преподавателем для анализа, решения, оценки обучающимися.

Конкурс: решение практической или расчетной задачи на время. Студент, правильно решивший задачу первым, получает дополнительно 3 балла к итоговому тесту по дисциплине. Студент, правильно решивший задачу вторым, получает дополнительно к итоговому тесту 2 балла. Студент, правильно решивший задачу третьим, получает дополнительно к итоговому тесту 1 балл.

9. РЕСУРСНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

9.1. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Таблица 9.1.1 – Учебно-методическое обеспечение дисциплины

Библиографическое описание издания (автор, заглавие, вид, место и год издания, кол. стр.)	**Основная/ дополнительная литература**	**Книгообеспеченность**	
		Кол-во. экз. в библ.	**Электронные ресурсы**

		СПбГЭУ	
Кузьмина О.Г. Бренд-менеджмент : учеб. пособие / О.Г. Кузьмина. — М. : РИОР : ИНФРА-М, 2018. — 176 с.	основная	-	ЭБС ZNANIUM.
Стратегические коммуникации : учебное пособие / А.Д.Кривоносов [и др.] ; под ред. А.Д.Кривоносова. — Санкт-Петербург : Изд-во СПбГЭУ, 2016. — 128 с. — Сведения доступны также по Интернету: opac.unecon.ru.	основная	25	ЭБ OPAC.UNECON.RU.
Грошев, И.В. Системный бренд-менеджмент: учебник для студентов вузов / И.В. Грошев, А.А. Краснослободцев. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 655 с.	дополнительная	-	http://znanium.com/bookread2.php?book=1028854
Чернышова, Л.И. Этика, культура и этикет делового общения: Учебное пособие / Чернышова Л. И. — Электрон. дан. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 161 с.	дополнительная	-	ЭБС Юрайт
Алексина, Т.А. Деловая этика: Учебник / Алексина Т. А. — Электрон. дан. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 384 с.	дополнительная	-	ЭБС Юрайт

Таблица 9.1.2 – Перечень современных профессиональных баз данных (СПБД)

№	Наименование СПБД
1	Электронная библиотека Grebennikon.ru – www.grebennikon.ru
2	Научная электронная библиотека eLIBRARRY – www.elibrary.ru
3	Научная электронная библиотека КиберЛеника – www.cyberleninka.ru
4	База данных ПОЛПРЕД Справочники – www.polpred.com
5	База данных OECD Books, Papers & Statistics на платформе OECD iLibrary – www.oecd-ilibrary.org

Таблица 9.1.3 – Перечень информационных справочных систем (ИСС)

№	Наименование ИСС
1	Справочная правовая система КонсультантПлюс (инсталлированный ресурс СПбГЭУ или www.consultant.ru)
2	Справочная правовая система «ГАРАНТ» (инсталлированный ресурс СПбГЭУ или www.garant.ru)
3	Информационно-справочная система «Кодекс» (инсталлированный ресурс СПбГЭУ или www.kodeks.ru)
4	Электронная библиотечная система BOOK.ru - www.book.ru
5	Электронная библиотечная система ЭБС ЮРАЙТ – www.urait.ru
6	Электронно-библиотечная система ЗНАНИУМ (ZNANIUM) – www.znanium.com
7	Электронная библиотека СПбГЭУ– opac.unecon.ru

9.2. Материально-техническое обеспечение учебного процесса

Для реализации данной дисциплины имеются специальные помещения для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы.

Таблица 9.2.1 – Перечень программного обеспечения (ПО)

№ п/п	Наименование ПО
1	Microsoft Windows Professional (КОНТРАКТ № 244/20 «26» июня 2020 г
2	Microsoft Office Professional (КОНТРАКТ № 244/20 «26» июня 2020 г)
3	7-Zip (freeware)

10. ОСОБЕННОСТИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Обучение обучающихся с ограниченными возможностями здоровья при необходимости осуществляется на основе адаптированной рабочей программы с использованием специальных методов обучения и дидактических материалов, составленных с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся (обучающегося).

В целях освоения учебной программы дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья Университет обеспечивает:

– для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по зрению: размещение в доступных для обучающихся, являющихся слепыми или слабовидящими, местах и в адаптированной форме справочной информации о расписании учебных занятий; присутствие ассистента, оказывающего обучающемуся необходимую помощь; выпуск альтернативных форматов методических материалов (крупный шрифт или аудиофайлы);

– для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по слуху: надлежащими звуковыми средствами воспроизведение информации;

– для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата: возможность беспрепятственного доступа обучающихся в учебные помещения, туалетные комнаты и другие помещения кафедры, а также пребывание в указанных помещениях.

Образование обучающихся с ограниченными возможностями здоровья может быть организовано как совместно с другими обучающимися, так и в отдельных группах или в отдельных организациях.

11. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ

ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Фонд оценочных средств для проведения аттестации уровня сформированности компетенций обучающихся по дисциплине оформляется отдельным документом и является приложением к рабочей программе дисциплины (модуля).