



Силабус курсу Управління брендом роботодавця

Ступінь вищої освіти – бакалавр
Спеціальність – 073 Менеджмент
Освітньо-професійна програма «Управління персоналом»

Рік навчання: IV, Семестр: VII

Кількість кредитів: 5
Мова викладання: українська

Керівник курсу



канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри менеджменту, публічного управління та персоналу
Прохоровська Світлана Анатоліївна
Контактна інформація s.a.prohorovska@wunu.edu.ua+380985745369

Опис дисципліни

Дисципліна «Управління брендом роботодавця» спрямована на формування у студентів теоретичних знань та вироблення практичних навичок у галузі дослідження та формування позитивного бренду роботодавця на внутрішньому та зовнішньому ринку праці.

Після вивчення курсу «Управління брендом роботодавця» студенти матимуть знання та вміння для розв'язання численних практичних завдань, а саме:

- досліджувати бренд роботодавця на ринку праці та скласти іміджевий профіль підприємства-роботодавця;
- оцінювати конкурентоспроможність підприємства на ринку праці;
- позиціонувати бренд роботодавця на ринку праці, зокрема й з використанням Інтернет-технологій і соціальних мереж;
- розробляти заходи щодо посилення конкурентних позицій підприємства на ринку праці;
- налагоджувати зв'язки з партнерами на ринку праці;
- обґрунтовувати доцільність використання різних методів інформування цільової аудиторії про можливості роботи на підприємстві;
- розробляти заходи щодо формування позитивного бренду роботодавця на ринку праці;
- розробляти програми формування позитивного внутрішнього бренду роботодавця;
- розробляти програми залучення та управління талантами;
- організувати внутрішні комунікації на підприємстві;
- здійснювати опис посад фахівців у галузі HR-брендингу.

Структура курсу

№ з/п	Тема	Результати навчання	Завдання
1.	Стратегічний вимір управління брендом роботодавця	<i>З'ясувати сутність бренду роботодавця в управлінні персоналом та функції «HR-бренду»</i>	Тестові завдання, поточне опитування
2.	Концепція бренду роботодавця	<i>Опанувати цілі і завдання формування позитивного HR-бренду та процедуру розроблення концепції бренду роботодавця.</i>	Тестові завдання, презентації, поточне опитування
3.	Дослідження конкурентоспроможності підприємства та бренду роботодавця на ринку праці	<i>З'ясувати технології дослідження позицій підприємств-конкурентів на ринку праці та опанувати методи дослідження бренду роботодавця</i>	Тестові завдання, кейси
4.	Позиціонування бренду роботодавця на ринку праці	<i>Вивчити порядок розроблення плану заходів щодо реалізації концепції бренду роботодавця</i>	Тестові завдання, презентації
5.	Технології просування бренду роботодавця на ринку	<i>З'ясувати роль різних видів комунікацій в просуванні бренду роботодавця</i>	Поточне опитування, презентації
6.	Формування внутрішнього бренду роботодавця	<i>Опанувати процедуру формування внутрішнього бренду роботодавця шляхом дотримання етичних правил у процесі добору персоналу, працевлаштування та використання адаптаційних програм.</i>	Тестові завдання, презентації
7.	Формування внутрішніх комунікацій на підприємстві	<i>З'ясувати місце внутрішніх комунікацій у розвитку бренду роботодавця</i>	Тестові завдання, презентації
8.	Роль служби персоналу у формуванні позитивного HR-бренду. Опис посади та підготовка фахівців у галузі HR-брендингу	<i>Опанувати кваліфікаційні вимоги та вимоги до компетенцій фахівців у галузі HR-брендування: засвоїти показники, що характеризують результати діяльності фахівця у галузі HR-брендування</i>	Тестові завдання, презентації

9.	Капітал HR-бренду та визначення рентабельності інвестицій у формування бренду роботодавця	З'ясувати вигоди, які одержує компанія від формування позитивного бренду роботодавця	Поточне опитування, презентації
----	---	--	---------------------------------

Літературні джерела

1. Бренд-менеджмент: теорія і практика.-навч. посібник / укл.: І. В. Струтинська. Тернопіль: Прінт-офіс, 2015. 204 с.
2. Балук Н.Р. Комунікації у створенні персонального бренду. *Підприємництво і торгівля*. 2018. Вип. 23. С. 111-119.
3. Захарченко В.І. Інноваційний менеджмент : теорія і практика в умовах трансформації економіки : навч. посібник / В.І. Захарченко, Н.М. Корсікова, М.М. Меркулов. К. : ЦУЛ, 2012. 448 с.
4. Основи менеджменту. Теорія і практика : навч. посіб. / Г.Є. Мошек, І.П. Миколайчук, Ю.І. Палеха, Ю.В. Поканевич, А.С. Соломко, О.В. Коваленко, Н.В. Коваленко, В.С. Ціпуринда, Г.П. Сиваненко, О.І. Белова; за заг. ред. проф. Мошека Г.Є. Київ : Видавництво Ліра-К, 2017. 528 с
5. Праксеологічні основи менеджменту : методичні рекомендації Тернопіль : Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя, 2017. 120 с.
6. Прохоровська С.А. Роль комунікацій в управлінні брендом роботодавця *Регіональні аспекти розвитку продуктивних сил України*. [наук. журнал]. Тернопіль.: Економічна думка, 2015. Вип. 20. С. 87 – 91
7. Прохоровська С.А. Управління корпоративним іміджем компанії / зб. тез доповідей учасників ІХ Міжнародної науково-практичної конференції «*Розвиток індустрії гостинності та між народного бізнесу: сучасний стан і перспективи* / Тернопіль 22 травня 2020 р. Т.: ТНЕУ, 2020. 224 с (С. 200-202)
8. Прохоровська С.А. Формування внутрішнього бренду роботодавця / *Сектори економіки в процесі реалізації державної регіональної політики*: зб. тез доповідей учасників Міжнар. наук.-практ. конференції Ч. 1 .Т.: ТНЕУ, 2017. 343 с. (с. 287-290)
9. Прохоровська С.А. Формування іміджу організації /*Актуальні проблеми менеджменту в умовах інноваційного розвитку економіки*» : зб. тез доповідей учасників Всеукраїнської науково-практичної конференції з міжнародною участю (17 квітня 2020р.). Т.: ТНЕУ , 2020
10. Прохоровська С.А. HR-бренд в управлінні персоналом. *Регіональні аспекти розвитку продуктивних сил України*. [наук. журнал]. Тернопіль.: Економічна думка, 2016. Вип. 21. С. 77 – 81
11. Скрипко Т.О. Інноваційний менеджмент: підручник. К.: Знання, 2011. 423 с.
12. Смерічевський С.Ф., Петропавловська С.Є., Радченко О.А. Бренд-менеджмент: навчальний посібник. К. : НАУ, 2019. 156 с.
13. Хомуленко Т. Б. Теоретичні та практичні аспекти дослідження іміджу / Т. Б. Хомуленко, Ю. Г. Падафет, О. В. Скоріна. Х.: ВД «ІНЖЕК», 2005. 272 с.
14. Химич І. Імідж як важливий показник діяльності підприємства у сучасних умовах розвитку корпоративної культури // *Економіка та держава*. 2009. № 2. С.59-60.
15. Цимбалюк С.О. Управління брендом роботодавця: навч. посіб. К.: КНЕУ, 2016. 256 с.
16. Ястремська О. М., Тімонін К. О. Бренд підприємства як важливий економічний ресурс: процес формування / *Вісник Національного університету водного господарства*

та природокористування. Випуск № 2(58), 2012. Збірник наукових праць. Рівне. 2012. С. 195–198.

17. Best Employer Branding Examples For Hospitality Businesses URL: <https://harver.com/blog/employer-branding-examples-hospitality/>.

18. Barrow, Simon. The employer brand : bringing the best of brand management to people at work / Simon Barrow and Richard Mosley. URL: http://www.untag-smd.ac.id/files/Perpustakaan_Digital_1/BRAND%20NAME%20PRODUCTS%20The%20employer%20brand%20%20bringing%20the%20best%20of%20brand%20management%20to%20people%20at%20work.pdf

19. Dzhulai, M. Analysis of methodical approaches to employer brand management and evaluation. *Technology Audit and Production Reserves*, 3(4(65),2022. 26–31. URL: <http://journals.urau.ua/tarp/article/view/260561>

20. Glassdoor: The 10 best companies to work for in 2020 URL: <https://www.cnn.com/2019/12/11/glassdoor-the-10-best-companies-to-work-for-in-2020.html>.

Політика оцінювання

- **Політика щодо дедлайнів і перескладання:** Для виконання індивідуальних завдань і проведення контрольних заходів встановлюються конкретні терміни. Перескладання модулів відбувається з дозволу дирекції факультету (інституту) за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний).
- **Політика щодо академічної доброчесності:** Використання друкованих і електронних джерел інформації під час контрольних заходів заборонено.
- **Політика щодо відвідування:** Відвідування занять є обов'язковим компонентом оцінювання. За об'єктивних причин (наприклад, карантин, воєнний стан, хвороба, закордонне стажування) навчання може відбуватись в онлайн формі за погодженням із керівником курсу.

Оцінювання

Підсумковий бал (за 100-бальною шкалою) з дисципліни «Управління брендом роботодавця» визначається як середньозважена величина, залежно від питомої ваги кожної складової залікового кредиту:

Заліковий модуль 1	Заліковий модуль 2	Заліковий модуль 3
30 %	40 %	30 %
1. Опитування (тестування) під час занять (Теми 1-5 по 10 балів) – мах 50 балів. 2. Письмова робота – мах 50 балів.	1. Опитування (тестування) під час занять (Теми 6-9 по 10 балів) – мах 40 балів. 2. Письмова робота – мах 60 балів.	1. Участь у тренінгу – мах 20 балів. 2. Підготовка КПЗ – мах 50 балів. 3. Захист КПЗ – мах 30 балів.

Шкала оцінювання студентів:

ECTS	Бали	Зміст
A	90-100	відмінно
B	85-89	добре
C	75-84	добре
D	65-74	задовільно

E	60-64	достатньо
FX	35-59	незадовільно з можливістю повторного складання
F	1-34	незадовільно з обов'язковим повторним курсом