

**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего
профессионального образования
«Российский университет дружбы народов»
Институт мировой экономики и бизнеса экономического факультета**

Рекомендовано МССН/МО

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины

HR-коммуникации

Рекомендуется для направления подготовки

42.04.01 «Реклама и связи с общественностью»

Специализации «Рекламный менеджмент» и «Управление связями с общественностью»

Квалификация (степень) выпускника магистр

Раздел I. Основная часть

Программа курса

1. Цели преподавания дисциплины: изучить специфику HR-коммуникаций в коммуникационной сфере.

Задачи: рассмотреть основные направления HR-деятельности: подбор персонала, его адаптацию и оценку, развитие и мотивацию, а также роль корпоративной культуры в коммуникационном агентстве, особенности формирования внутреннего и внешнего HR-brand'a.

2. Место дисциплины в структуре ОП ВО: «HR-коммуникации» для студентов направления «Реклама и связи с общественностью» входит в вариативную часть Блока 1 учебного плана, Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.04.02.

«HR-коммуникации» является последующей для следующих курсов: Стратегический менеджмент в коммуникационной индустрии, Международные маркетинговые коммуникации, Учебная (проектная) практика, Производственная (аналитическая) практика, Научно-исследовательская работа (НИР).

«HR-коммуникации» является предшествующей для следующих курсов: Психология управления коммуникациями, Преддипломная практика, Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена, Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы

Предшествующие и последующие дисциплины, направленные на формирование компетенций

№ п/п	Шифр и наименование компетенции	Предшествующие дисциплины	Последующие дисциплины
универсальные компетенции			
1	УК-3. Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели	Стратегический менеджмент в коммуникационной индустрии Производственная (аналитическая) практика	Преддипломная практика Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы
2	УК-6. Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	Международные маркетинговые коммуникации Учебная (проектная) Производственная (аналитическая) практика Научно-исследовательская работа (НИР)	Преддипломная практика Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы
Профессиональные компетенции			

	ПКО-1. Способен организовать работу и руководить подразделением (предприятием) в сфере рекламы и связей с общественностью (ПС 06.013 Специалист по информационным ресурсам; 06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации)	Производственная (аналитическая) практика	Психология управления коммуникациями Преддипломная практика Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы
--	---	---	--

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций.

Выпускник программы магистратуры должен обладать следующими **компетенциями**:

УК-3. Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели

УК-6. Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки

ПКО-1. Способен организовать работу и руководить подразделением (предприятием) в сфере рекламы и связей с общественностью (ПС 06.013 Специалист по информационным ресурсам; 06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации)

В результате изучения дисциплины студент должен знать:

Как осуществляется подбор персонала, его адаптация и оценка, развитие и мотивация,

О роли корпоративной культуры в коммуникационном агентстве, особенностях формирования внутреннего и внешнего HR-brand'a.

В результате изучения дисциплины студент должен уметь:

подбирать персонал, адаптировать, оценивать, развивать и мотивировать его, участвовать в формировании корпоративной культуры в коммуникационном агентстве, участвовать в формировании внутреннего и внешнего HR-brand'a коммуникационного агентства.

В результате изучения дисциплины студент должен владеть:

Навыками подбора, адаптации, оценки, развития и мотивации персонала,

Навыками формирования корпоративной культуры в коммуникационном агентстве,

Навыками формирования внутреннего и внешнего HR-brand'a.

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		3			
Аудиторные занятия (всего)	18	18			

В том числе:					
Лекции					
Практические занятия (ПЗ)	18	18			
Семинары (С)					
Лабораторные работы (ЛР)					
Самостоятельная работа (всего)	54	54			
Общая трудоемкость	час	72	72		
	зач. ед.	2	2		

5. Содержание дисциплины

5.1. Содержание разделов дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела
1.	1. ВВЕДЕНИЕ В КУРС	1.1. Знакомство с преподавателем 1.2. Структура рекламного холдинга на примере ARK GROUP 1.3. Зачем нужен HR-отдел 1.4. Основные функции HR
2.	2. ПОДБОР ПЕРСОНАЛА (recruitment)	2.1. Анализ потребности в персонале, открытие вакансии, примеры вакансий 2.2. Инструменты поиска кандидатов, примеры хэдхантинга 2.3. Что должно быть в резюме 2.4. Примеры забавных\нестандартных вакансий 2.5. Виды интервью 2.6. Примеры реальных собеседований 2.7. Выбор финального кандидата, оффер 2.8. Стажировка, как инструмент привлечения молодых специалистов 2.9. Выводы и рекомендации
3.	3. АДАПТАЦИЯ ПЕРСОНАЛА (adaptation)	3.1. Понятие и классификация адаптации персонала 3.2. Этапы адаптации персонала 3.3. Задачи HR в адаптации персонала 3.4. Теория поколений и адаптация 3.4. Инструменты адаптации персонала 3.5. Примеры адаптации, выводы и рекомендации
4.	4. ОЦЕНКА ПЕРСОНАЛА (evaluations)	4.1. Понятие оценки персонала 4.2. Критерии оценки персонала 4.3. Методы оценки персонала 4.4. Роль HR в оценке персонала 4.5. Метод «360 градусов», как пример оценки персонала
5.	5. РАЗВИТИЕ и МОТИВАЦИЯ ПЕРСОНАЛА (education)	5.1. Цели развития персонала 5.2. Формы и методы обучения персонала 5.3. Понятие и цели мотивации персонала 5.4. Виды мотивации персонала

		5.5. Грейдинг как инструмент мотивации персонала 5.6. Выводы и рекомендации
6.	6. КОРПОРАТИВНАЯ КУЛЬТУРА (atmosphere)	6.1. Понятие корпоративной культуры в компании 6.2. Роль HR в формировании корпоративной культуры 6.3. Типы корпоративной культуры 6.4. Элементы корпоративной культуры (реальные примеры) 6.5. Важные моменты и выводы
7.	7. ВНУТРЕННИЙ и ВНЕШНИЙ HR-brand	7.1. Понятие HR-бренда 7.2. Внешний и внутренний HR-бренд 7.3. Выводы и рекомендации

5.2 . Разделы дисциплин и виды занятий

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Лекц.	Прак т.; Зан.	Лаб. ; Зан.	Семина	СРС	Все- го; час.
1.	1. ВВЕДЕНИЕ В КУРС		2			4	6
2.	2. ПОДБОР ПЕРСОНАЛА (recruitment)		2			6	8
	3. АДАПТАЦИЯ ПЕРСОНАЛА (adaptation)		2			7	9
	4. ОЦЕНКА ПЕРСОНАЛА (evaluations)		2			7	9
	5. РАЗВИТИЕ и МОТИВАЦИЯ ПЕРСОНАЛА (education)		2			10	12
	6. КОРПОРАТИВНАЯ КУЛЬТУРА (atmosphere)		4			10	14
	7. ВНУТРЕННИЙ и ВНЕШНИЙ HR-brand		4			10	14
			18			54	72

6. Лабораторный практикум

№ п/п	№ раздела дисциплины	Наименование лабораторных работ	Трудо- емкость; (час.)
1.			
2.			
...			

7. Практические занятия (семинары)

№ п/п	№ раздела дисциплины	Тематика практических занятий (семинаров)	Трудоемкость; (час.)
1.	1	1. ВВЕДЕНИЕ В КУРС	2
2.	2	2. ПОДБОР ПЕРСОНАЛА (recruitment)	2
3.	3	3. АДАПТАЦИЯ ПЕРСОНАЛА (adaptation)	2
4.	4	4. ОЦЕНКА ПЕРСОНАЛА (evaluations)	2
	5	5. РАЗВИТИЕ и МОТИВАЦИЯ ПЕРСОНАЛА (education)	2
	6	6. КОРПОРАТИВНАЯ КУЛЬТУРА (atmosphere)	4
	7	7. ВНУТРЕННИЙ и ВНЕШНИЙ HR-brand	4
		Итого	18

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины:

учебные аудитории с рабочими местами для проведения лекций и семинарских занятий; доска; стационарный персональный компьютер с пакетом Microsoft Office; демонстрационное оборудование: мультимедийный проектор; допускается использование переносной аппаратуры ноутбук и проектор; экран (стационарный или переносной напольный).

9. Информационное обеспечение дисциплины:

а) Windows, MicrosoftOffice, Интернет

б) Базы данных УНИБЦР РУДН:

- Электронный каталог – база книг и периодики в фонде библиотеки РУДН.
- Электронные ресурсы – в том числе раздел: *Лицензированные ресурсы УНИБЦ (НБ):*
- Университетская библиотека ONLINE
- SPRINGER. Книжные коллекции издательства
- Вестник РУДН

Универсальные базы данных

- eLibrary.ru
- Grebennikon
- Электронная библиотека диссертаций РГБ

База данных "Мультязыковый словарь терминов", информационные библиографические базы данных ИНИОН РАН.

в) Информационно-справочные и поисковые системы:

Rambler.ru, Yandex.ru, Google.ru

г) информационные источники по курсу

Российский PR-портал: <http://www.raso.ru/>

Ассоциация компаний-консультантов в области связей с общественностью:
<http://www.akospr.ru/>

Ассоциация коммуникационных агентств России: <http://www.akarussia.ru/>

Ассоциация директоров по коммуникациям и корпоративным медиа России:
<http://corpmedia.ru/>

Международная ассоциация бизнес-коммуникаторов: <http://www.communicators.ru/>

Сообщество внутренних коммуникаторов: <http://www.inside-pr.ru>

10. Учебно-методическое обеспечение дисциплины:

а) основная литература

1. Иванова Т.Б. Корпоративная культура и эффективность предприятия [электронный ресурс] : Монография / Т.Б. Иванова, Е.А. Журавлева. - электронные текстовые данные. - М. : Изд-во РУДН, 2011. - 153 с. // <http://lib.rudn.ru/ProtectedView/Book/ViewBook/2565>
2. Маслова В.М. Управление персоналом [Электронный ресурс] : Учебник для вузов / В.М. Маслова. - Электронные текстовые данные. - М. : Юрайт, 2011 // <http://lib.rudn.ru/ProtectedView/Book/ViewBook/1336>
3. Михайлова О.Б. Теория и практика управления персоналом [Текст/электронный ресурс] : Учебное пособие / О.Б. Михайлова. - Электронные текстовые данные. - М. : Изд-во РУДН, 2013. - 195 с. // <http://lib.rudn.ru/ProtectedView/Book/ViewBook/3733>

б) дополнительная литература

1. Добреньков В.И. Управление человеческими ресурсами: социально-психологический подход [Электронный ресурс] : Учебное пособие / В.И. Добреньков, А.П. Жабин. - Электронные текстовые данные. - М. : КДУ, 2009. // <http://lib.rudn.ru/ProtectedView/Book/ViewBook/2148>
2. Мотивация и стимулирование трудовой деятельности / С. Ю. Трапицын [и др.] ; под общей редакцией С. Ю. Трапицына. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 314 с. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/433738>
3. Еремин В.И. Управление человеческими ресурсами [Текст/электронный ресурс] : Учебное пособие / В.И. Еремин, Ю.Н. Шумаков, С.В. Жариков; Под ред. В.И.Еремина. - Электронные текстовые данные. - М. : БИБКМ, 2015. - 324 с.// <http://lib.rudn.ru/ProtectedView/Book/ViewBook/6059>
4. Зуб, А. Т. Управление изменениями : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / А. Т. Зуб. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 284 с.— Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/432837>
5. Соломанидина, Т. О. Мотивация и стимулирование трудовой деятельности / Т. О. Соломанидина, В. Г. Соломанидин. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 323 с. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/432171>

11. Методические рекомендации по организации изучения дисциплины

Данная дисциплина является дисциплиной по выбору студента.

Поскольку аудиторная часть этой дисциплины – 18 часов практических занятий, большая часть работы по освоению теоретического материала переносится на самостоятельную работу студентов.

Итоговая аттестация проходит в теста.

12. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Материалы для оценки уровня освоения учебного материала дисциплины «HR-коммуникации» (оценочные материалы), включающие в себя перечень компетенций с указанием этапов их формирования, описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания, 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, методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций, разработаны в полном объеме и доступны для обучающихся на странице дисциплины в ТУИС РУДН: <https://esystem.rudn.ru/course/view.php?id=8289>.

Программа составлена в соответствии с требованиями ОС ВО РУДН.

Разработчики:

Канд.филол.наук, доцент кафедры

Рекламы и бизнес-коммуникаций

Е.А. Кузнецова

Руководитель программы

Канд.фил.наук, доцент, зав. кафедрой

Рекламы и бизнес-коммуникаций

Н.В. Трубникова

Заведующий кафедрой

Рекламы и бизнес-коммуникаций

Н.В. Трубникова