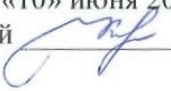


Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Наумова Наталия Александровна
Должность: Ректор
Дата подписания: 24.10.2021 14:21:41
Уникальный программный идентификатор:
6b5279da4e034bffa679172803da5b7b5559fc69e2

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ МОСКОВСКОЙ ОБЛАСТИ
Государственное образовательное учреждение высшего образования Московской области
МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ОБЛАСТНОЙ УНИВЕРСИТЕТ
(МГОУ)

Экономический факультет
Кафедра «Управление персоналом»

УТВЕРЖДЕН
на заседании кафедры
Протокол от «10» июня 2021 г., №12
Зав. кафедрой  Козлова Е.Г.

**ФОНД
ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ**

По учебной дисциплине
HR-брендинг

Направление подготовки
38.03.03 Управление персоналом

Профиль:
Управление персоналом организации

Квалификация
Бакалавр

Формы обучения
Очная, очно-заочная

Мытищи
2021

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

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

Код и наименование компетенции	Этапы формирования
1	2
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

1.2. 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
1	2	3	4	5	6
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	Устный опрос Тест Реферат Зачет	41-60 баллов
	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	Устный опрос Тест Реферат Зачет	61-100 баллов
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	Устный опрос Тест Реферат Зачет	41-60 баллов
	Продвинутый	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 Владеть навыками оценивать полученную информацию и понимать принципы взаимодействия по	Устный опрос Тест Реферат Зачет	61-100 баллов

1	2	3	4	5	6
			кадровым вопросам с общественными организациями в области HR-брендинга		

1.3. 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 по дисциплине

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 по дисциплине

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 к зачету по дисциплине

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 офлайн-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.

Примерные вопросы для проведения устного опроса на практических занятиях по дисциплине

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.

1.4. 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 40 баллов

1.4.1 Устный *опрос* оценивается от 0 до 10 баллов. Освоение компетенций зависит от результата написания устного *опроса*: 9-10 баллов - компетенции считаются освоенными на продвинутом уровне (оценка отлично); 6-8 баллов - компетенции считаются освоенными на продвинутом уровне (оценка хорошо); 3-5 баллов - компетенции считаются освоенными на пороговом уровне (оценка удовлетворительно); 0-2 баллов - компетенции считаются не освоенными (оценка неудовлетворительно).

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

1.4.2. Написание теста оценивается по шкале от 0 до 20 баллов. Освоение компетенций зависит от результата написания теста: 18-20 баллов (80-100% правильных ответов) - компетенции считаются освоенными на продвинутом уровне (оценка отлично); 16-17 баллов (70-75 % правильных ответов) - компетенции считаются освоенными на продвинутом уровне (оценка хорошо); 15 баллов (50-65 % правильных ответов) - компетенции считаются освоенными на пороговом уровне (оценка удовлетворительно); 0-14 баллов (менее 50 % правильных ответов) - компетенции считаются не освоенными (оценка неудовлетворительно).

1.4.3. Написание *реферата* оценивается по шкале от 0 до 30 баллов. Освоение компетенций зависит от результата написания *реферата*: 27-30 баллов - компетенции считаются освоенными на продвинутом уровне (оценка отлично); 20-26 баллов - компетенции считаются освоенными на базовом уровне (оценка хорошо); 15-19 баллов - компетенции считаются освоенными на удовлетворительном уровне (оценка удовлетворительно); 0-14 баллов - компетенции считаются не освоенными (оценка неудовлетворительно).

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 <i>реферата</i>	0-5

1.4.4. 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	32-40
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.	26-31
студент готовится к ответу, прибегая к некоторой помощи; при ответе не в полном объеме раскрывает сущность поставленного вопроса, однако, при этом, демонстрирует понимание проблемы.	20-25
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.	0-19

Зачет оценивается по двухбалльной шкале («зачтено» - «не зачтено»). Зачет проводится в форме собеседования. Собеседование - основной этап итогового контроля, который проводится по предлагаемым вопросам, выполнение которых подтверждает наличие у студента умений, определенных целями изучения дисциплины.

Уровень сформированности компетенций оценивается в соответствии с Таблицей 1.

Таблица 1

для очной и очно-заочной форм обучения

№ п/п	ФИО	Сумма баллов, набранных в семестре				ИТОГО 100 баллов
		Опрос до 10 баллов	Реферат до 30 баллов	Тест до 20 баллов	Зачет до 40 баллов	
1	2	3	4	5	6	7
1						