



МИНОБРНАУКИ РОССИИ

**федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Новосибирский государственный университет экономики и управления «НИНХ»
(ФГБОУ ВО «НГУЭУ», НГУЭУ)**

Кафедра экономики труда и управления персоналом

Пер. № 163-19/02

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ КУРСОВОЙ РАБОТЫ

МОДУЛЬ: МАРКЕТИНГОВЫЙ

HR- БРЕНДИНГ

Направление:
38.03.02 Менеджмент

Направленность (профиль):
Брендинг человеческих ресурсов (HR-брендинг) в медиапространстве

Новосибирск 2019

Методические указания по выполнению курсовой работы разработаны Масаловой Юлией Александровной – канд. экон. наук, доцентом, доцентом кафедры экономики труда и управления персоналом

Методические указания по выполнению курсовой работы прошли экспертизу УМУ

Утверждено на заседании кафедры экономики труда и управления персоналом (протокол от «27» мая 2019 г. № 10).

СОДЕРЖАНИЕ

РАЗДЕЛ 1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ВЫПОЛНЕНИЯ КУРСОВОЙ РАБОТЫ	4
РАЗДЕЛ 2. ИНСТРУКЦИЯ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ КУРСОВОЙ РАБОТЫ	4
РАЗДЕЛ 3. ТРЕБОВАНИЯ К СТРУКТУРЕ И СОДЕРЖАНИЮ КУРСОВОЙ РАБОТЫ	7
РАЗДЕЛ 4. ПОКАЗАТЕЛИ, КРИТЕРИИ И ШКАЛА ОЦЕНКИ КУРСОВОЙ РАБОТЫ	9
Приложения	11

РАЗДЕЛ 1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ВЫПОЛНЕНИЯ КУРСОВОЙ РАБОТЫ

Выполнение курсовой работы по дисциплине «HR-брендинг» предусмотрено учебным планом, занимает основное место при изучении предмета, является начальной ступенью написания в дальнейшем выпускной квалификационной работы.

Цель курсовой работы - определить уровень освоения компетенций, формируемых в процессе изучения данной дисциплины. Следовательно, содержательной целью написания курсовой работы по дисциплине «HR-брендинг» является углубление теоретических знаний по отдельным проблемам управления HR-брендом в организации, а также формирование у студентов аналитического мышления и научного подхода к решению конкретных управленческих задач. Выполнение курсовой работы дает представление об определенных проблемах в области формирования и продвижения HR-бренда и содержит попытку поиска решения поставленных проблем.

Задачами написания курсовой работы являются:

- изучение литературных источников по теме;
- рассмотрение теоретических аспектов использования экономических и управленческих категорий;
- анализ теоретического и практического материала на примере конкретного объекта исследования;
- самостоятельное определение ключевой проблемы исследования;
- самостоятельная разработка рекомендаций по управлению HR-брендом в организации.

Курсовая работа должна отвечать следующим требованиям:

- представлять собой законченное научное исследование;
- содержать информационный материал в виде таблиц, рисунков, графиков, диаграмм с анализом данных за последние три года;
- иметь выводы и конкретные предложения по совершенствованию управления HR-брендом и повышению его эффективности;
- иметь четкие формулировки; последовательное, логичное и грамотное изложение материала; оформление в соответствии с требованиями, предъявляемыми к таким работам.

РАЗДЕЛ 2. ИНСТРУКЦИЯ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ КУРСОВОЙ РАБОТЫ

Выполнение курсовой работы состоит из ряда последовательных этапов, каждый из которых имеет конкретную целевую установку:

1. *Выбор темы работы и согласование ее с научным руководителем* – цель данного этапа определиться с актуальной проблематикой исследования и при необходимости внести корректировки в наименование темы.

2. *Подбор литературных источников* – целью данного этапа является формирование списка литературы, который будет использоваться в процессе написания работы.

3. *Изучение требований к оформлению текста курсовой работы* – цель данного этапа обеспечить соблюдение требований к оформлению письменных работ.

4. *Разработка и утверждение плана курсовой работы* – целью данного этапа является построение логики исследования на основе определения цели и задач.

5. *Изучение и анализ подобранной литературы* – цель данного этапа систематизировать информацию по выбранной теме.

6. *Написание курсовой работы* – целью данного этапа является оформление проведенного исследования в письменной форме в соответствии с установленной структурой работы.

7. *Защита курсовой работы* – цель данного этапа оценить уровень самостоятельности и качество проделанной студентом исследовательской работы по выбранной теме.

Все перечисленные этапы написания курсовой работы не равнозначны по сложности и количеству затрачиваемого времени.

Характеристика отдельных этапов выполнения курсовой работы:

1. *Выбор темы работы и согласование ее с научным руководителем* – тема курсовой работы имеет большое значение для студента, должна отвечать его интересам и интересам преподавателя, осуществляющего научное руководство, и согласована с ним. Определение темы целесообразно основывать исходя из ее актуальности, имеющегося опыта практической деятельности, полученных знаний при изучении курса.

Конкретная тема курсовой работы определяется по первой букве фамилии студента, которому на выбор предлагаются три темы из предложенного списка.

А	Б	В	Г	Д	Е	Ж	З	И	К
Л	М	Н	О	П	Р	С	Т	У	Ф
Х	Ц	Ч	Ш	Щ	Э	Ю	Я		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27	28	29	30

Список тем курсовых работ, предлагаемых кафедрой на текущий учебный год, приводится в Приложении А. Основные вопросы темы (рекомендуемые) также приводятся в приложении А, при необходимости студент должен согласовать их изменение с научным руководителем. Тема должна быть утверждена научным руководителем не позднее одного месяца с начала семестра у студентов очной и очно-заочной форм обучения и в период установочной сессии у студентов, обучающихся по заочной форме обучения.

На качество выполнения курсовой работы на данном этапе влияет понимание студентом актуальности выбранной темы и содержания основных ее вопросов.

Параллельно данному этапу может осуществляться также реализация второго и третьего этапа написания курсовой работы.

2. *Подбор литературных источников* – для выполнения курсовой работы необходимо подобрать соответствующую литературу по теме исследования. Правильно подобранная литература и аналитический материал позволяют экономить время выполнения курсовой работы и повысить ее качество. Рекомендуется следующая последовательность ознакомления с литературными источниками:

- учебники и учебные пособия, раскрывающие вопросы темы курсовой работы;
- научные издания (монографии), затрагивающие рассматриваемые аспекты;
- периодические издания (журналы), раскрывающие вопросы и определяющие перспективы совершенствования управления HR-брендом;
- статистические и аналитические (эмпирические) данные, позволяющие определить тенденции и направления практики по исследуемым вопросам.

Такая последовательность позволяет углублять и накапливать знания по исследуемой проблеме.

Важным источником информации являются материалы специализированных журналов, таких как: «Управление персоналом», «Управление персоналом и интеллектуальными ресурсами в России», «Вопросы управления», «Мотивация и оплата труда», «Управление развитием персонала», «Кадровик: Кадровый менеджмент», «Справочник по управлению персоналом», «Кадровые решения» и другие.

При изучении литературных источников рекомендуется обращать внимание и на цифровую информацию, таблицы, графики, которые в дальнейшем можно использовать для аргументации своих выводов и предложений.

На качество выполнения курсовой работы на данном этапе влияет количество и актуальность собранного по теме исследования материала, необходимо ориентироваться, в первую очередь, на литературу, выпущенную в течении последних пять лет. Для анализа

практической информации по теме рекомендуется использование данных за последние три года.

3. *Изучение требований к оформлению текста курсовой работы* – курсовая работа оформляется в соответствии с Порядком оформления письменных работ обучающихся. Необходимо тщательно изучить внутренний стандарт НГУЭУ и придерживаться его в процессе оформления текста курсовой работы (см. Внутренний стандарт НГУЭУ Оформление письменных студенческих работ). В качестве обязательных документов, прикладываемых к курсовой работе (в момент ее сдачи на кафедру для проверки), выступают лист замечаний и заключение по нормоконтролю (см. Приложения Е,Ж).

Качество выполнения курсовой работы на данном этапе определяется соблюдением требований стандарта.

4. *Разработка и утверждение плана курсовой работы* – план курсовой работы, служит основой при ее выполнении и так же, как и тема согласовывается с научным руководителем. В дальнейшем этот план может дополняться, уточняться и детализироваться. План должен быть тщательно продуман и обоснован. Обязательным предварительным этапом является самостоятельный подбор литературы, освещающей как общетеоретические, так и аналитические аспекты проблемы. По итогам данного этапа научный руководитель выдает обучающемуся индивидуальное задание по теме курсовой работы и совместно с ним составляет примерный график выполнения работы, в котором фиксируются контрольные сроки (см. Приложение В).

На качестве выполнения курсовой работы сказывается понимание студентом цели и задач исследования, которые должны найти отражение в плане работы.

5. *Изучение и анализ подобранной литературы* – работа с литературой предполагает систематизацию собранной информации по теме исследования, ее обработку и анализ с применением современных методов исследования.

Качество выполнения курсовой работы повышается за счет использования наряду с текстовой табличной, графической, матричной и числовой форм представления собранной информации.

6. *Написание курсовой работы* – после ознакомления с литературой по выбранной теме, студент приступает к разработке темы исследования. Важно придерживаться структуры курсовой работы, которая состоит из введения, двух глав, заключения, списка использованной литературы и приложений. Каждая глава обычно имеет не менее трех параграфов. Все главы и параграфы должны быть логически взаимосвязаны и должны последовательно раскрывать основное содержание курсовой работы. Выводы по теме исследования должны быть аргументированы и экономически обоснованы. Для того чтобы избежать трудностей в процессе написания, рекомендуется: внимательно отнестись к структуре курсовой работы; отразить отечественный и зарубежный опыт в сфере управления HR-брендом; аргументировано делать выводы.

В процессе написания курсовой работы особое внимание должно обращать на стиль изложения, его последовательность, логичность, грамотность. При описании фактов, явлений, процессов изложение текста обычно ведется от третьего лица, с использованием безличных, неопределенно – личных предложений без обозначения субъекта действия. Это позволяет сконцентрировать внимание на содержании курсовой работы и ее логической последовательности.

К курсовой работе предъявляется требование самостоятельности выполнения, которое относится ко всем этапам решения поставленных в исследовании задач. С этой целью курсовая работа проходит проверку на наличие неправомерных заимствований и оценку степени оригинальности текста с помощью системы Антиплагиат (см. Приложение Г). Допустимым уровнем правомерных заимствований с условием их корректного оформления (с использованием ссылок, сносок и правил цитирования) считается 60% оригинальности текста.

Сроки выполнения курсовой работы заранее должны быть согласованы с научным руководителем, и соответствовать срокам, установленным в задании на курсовую работу (см. Приложение В).

Качество выполнения курсовой работы зависит от полноты раскрытия основных вопросов темы исследования; уровня самостоятельности студента в процессе подготовки работы; корректного использования цитат (наличия ссылок на используемую литературу); наличия собственных выводов и предложений автора по теме исследования.

7. *Защита курсовой работы* – после получения курсовой работы, научный руководитель проверяет ее (в течение 10 дней с момента регистрации письменного варианта работы кафедрой или, начиная с даты загрузки курсовой работы на образовательный портал НГУЭУ, для студентов, обучающихся по дистанционной форме обучения) и пишет предварительную рецензию. Она должна быть объективной, полной и достаточно аргументированной. В рецензии в обязательном порядке указывается полнота раскрытия темы, самостоятельность при подготовке работы (в соответствии с процентом оригинальности текста), правильность написания (соответствие структуре и логике изложения материала) и оформления работы (соответствие стандарту оформления письменных работ), наличие ссылок на используемые источники, дается оценка качеству проведенного исследования (аргументированность выводов и наличие конкретных предложений по решению проблемы научного исследования). К защите допускаются курсовые работы, выполненные в соответствии с предъявляемыми требованиями. По результатам проверки и защиты курсовых работ научным руководителем составляется рецензия (см. Приложение Д), с которой должен быть ознакомлен обучающийся.

В заключение по итогам защиты курсовой работы научным руководителем должна быть дана общая оценка (отлично, хорошо, удовлетворительно, не удовлетворительно).

Непосредственно защита курсовой работы включает в себя подготовку к защите (составление доклада по теме исследования) и собственно защиту. Особое внимание при защите уделяется выводам и предложениям, сделанным студентом на основе аналитического исследования. В процессе защиты оценивается уровень владения вопросом, способность отвечать на вопросы по теме исследования. По результатам защиты и с учетом качества выполненной работы студент получает оценку по курсовой работе.

РАЗДЕЛ 3. ТРЕБОВАНИЯ К СТРУКТУРЕ И СОДЕРЖАНИЮ КУРСОВОЙ РАБОТЫ

Курсовая работа должна иметь следующую структуру:

- титульный лист (Приложение Б);
- заявление о самостоятельном характере выполненной работы (Приложение Г);
- задание на курсовую работу (Приложение В);
- содержание;
- введение;
- основная часть, состоящая из разделов (глав) и подразделов (параграфов);
- заключение;
- список использованных источников;
- приложения (при необходимости)
- лист замечаний и заключение по нормоконтролю (Приложения Е., Ж).

Во введении (1-2 стр.) необходимо обосновать актуальность выбранной темы, цель и задачи, предмет, объект, методы исследования и кратко охарактеризовать информационную базу курсовой работы. Введение может быть написано после того, как основная часть работы завершена и когда ясны ее результаты. Однако цель и основные задачи следует определить до начала работы, а затем корректировать их в зависимости от имеющегося материала и промежуточных результатов.

В основной части курсовой работы последовательно приводятся результаты ее выполнения. Структура основной части такова:

1) Теоретическая часть (10-12 стр.) является своеобразной теоретико-методической базой, на основании которой в дальнейшем разрабатывается система практических мероприятий. В ней кратко рассматриваются основные теоретические, методические вопросы, связанные с темой курсовой работы.

Необходимо представить анализ первоисточников, используемых в курсовой работе, раскрыть содержание основных понятий, дать определение спорным экономическим и управленческим категориям.

Отдельные параграфы теоретической части могут рассматривать: место и роль исследуемого вопроса в управлении организацией, существующие проблемы, возможные способы их решения, преимущества и недостатки данных способов решения, основные направления дальнейшего исследования проблемы. В этой части поощряется дискуссия по изучаемой проблеме с известными экономистами, управленцами и практиками, то есть работа должна содержать не одну, а несколько точек зрения на проблему (с обязательной ссылкой на литературные источники).

2) Аналитическая часть (10-12 стр.). Содержание аналитической части зависит от выбранной темы курсовой работы.

В первом параграфе аналитической части может содержаться: краткая характеристика организации и персонала рассматриваемого объекта, описание реальной ситуации, общая характеристика актуальной для организации проблемы с приведением фактических примеров и т.д. То есть должен быть очерчен и обоснован круг вопросов, выбранных для практического анализа в рамках темы курсовой работы.

Второй параграф аналитической части посвящен детальному анализу выбранной проблемы. Для этого рекомендуется воспользоваться принятой в курсе «HR-брендинг» методологией. Должны быть рассмотрены факторы, особенности проявления, а также положительные и отрицательные последствия, связанные с объектом анализа. Также должно быть представлено обоснование влияния рассматриваемой проблемы на эффективность HR-брендинга.

Третий параграф должен содержать общие выводы по результатам анализа с указанием направлений разрешения выявленных проблем и конкретных рекомендаций по совершенствованию управления HR-брендом в организации.

Рекомендуемые наименования теоретической и аналитической части курсовой работы в рамках конкретной темы приводятся в приложении А. Конкретные вопросы, подлежащие разработке по главам, согласовываются с научным руководителем и отражаются в задании на курсовую работу (см. Приложение В).

В заключении (мин. 3 стр.) подводится итог самым важным моментам темы курсовой работы.

Список используемой литературы должен включать источники следующих видов:

- учебная литература;
- научная литература российских и зарубежных авторов;
- новейшие научные публикации в периодических изданиях.

В этой части работы страницы, относящиеся к приводимым в работе цитатам и цифровой информации, не указываются, это делается в постраничных ссылках внутри текста.

Общее количество источников должно быть не менее 30, в т.ч. не менее 50% источников – это литература за последние пять лет.

В Приложении помещается вся исходная справочная, нормативно-методическая, статистическая, эмпирическая и иная информация, которая используется при проведении анализа изучаемой проблемы с точки зрения теории и практики. Приложения могут быть выполнены в форме таблиц, схем, рисунков, диаграмм и графиков. Не целесообразно включать в приложение бланки, документы, полученные на предприятии, а так же незаполненные формы отчетности. Приложения располагаются после текста курсовой работы и нумеруются в порядке появления ссылок на них в тексте. Таким образом, по тексту

работы на все приложения в обязательном порядке должны быть ссылки. Каждое приложение должно располагаться на отдельном листе и иметь заголовок, напечатанный прописными буквами. Курсовая работа может и не иметь приложений.

РАЗДЕЛ 4. ПОКАЗАТЕЛИ, КРИТЕРИИ И ШКАЛА ОЦЕНКИ КУРСОВОЙ РАБОТЫ

Рекомендации по подготовке к защите курсовой работы – необходимо подготовить доклад на 5 мин. В докладе отразить актуальность темы, цель и задачи, кратко охарактеризовать объект исследования, озвучить выводы, полученные по результатам исследования и предложения, сделанные на основе проведенного аналитического исследования.

Выполненная обучающимся курсовая работа оценивается по критериям, которые представлены в таблице.

№ п/п	Критерии оценки	Показатели оценки
1	Соответствие содержания теме курсовой работы	содержание соответствует теме работы, индивидуальное задание выполнено; в работе дан обстоятельный анализ степени теоретического и практического исследования проблемы, различных подходов к ее решению; тема раскрыта глубоко и всесторонне.
2	Логичность и структурированность курсовой работы	структура работы соответствует требованиям Методических указаний по написанию курсовой работы; материал изложен логично; теоретические положения органично сопряжены с практикой, даны представляющие интерес практические рекомендации, вытекающие из анализа проблемы; присутствует взаимосвязь между абзацами, частями работы, теоретическим и практическим содержанием.
3	Наглядность представления информации	в работе приведены таблицы сравнений, графики, диаграммы, схемы и формулы, показывающие умение автора формализовать результаты исследования.
4	Наличие и достоверность ссылок на используемые источники	широко представлен список использованных источников по теме работы, наличие ссылок на все использованные источники, правильность и достоверность цитирования.
5	Аргументированность выводов и предложений в рамках проведенного исследования в курсовой работе	автор демонстрирует умение обрабатывать и анализировать результаты исследования; приложения к работе иллюстрируют достижения автора и подкрепляют его выводы: выводы по результатам исследования аргументированы и обоснованы, оценивается практическая значимость предложений и рекомендаций автора.
6	Степень самостоятельности выполнения работы	в работе используются материалы исследования, проведенного автором самостоятельно (в отдельных случаях допускается опора на вторичный анализ уже имеющихся данных); уровень правомерных заимствований не ниже нормативного (40% оригинальности текста).
7	Соответствие стандарту оформления письменных студенческих работ	оформление работы соответствует требованиям Внутреннего стандарта НГУЭУ «Оформление письменных студенческих работ»;

№ п/п	Критерии оценки	Показатели оценки
8	Защита работы	оценивается уровень владения вопросом, способность отвечать на вопросы по теме исследования, доклад и ответы на вопросы подтверждают уровень освоения компетенций.

Окончательная оценка выставляется по итогам защиты с учетом качества выполненной работы. На основе изложенных выше критериев и в рамках приведенной ниже шкалы выставляется итоговая оценка по курсовой работе.

Шкала итоговой оценки:

Неудовлетворительно	Удовлетворительно	Хорошо	Отлично
0-40	41-60	61-80	81-100

ТЕМАТИКА (ВАРИАНТЫ) КУРСОВОЙ РАБОТЫ

№ темы	Наименование темы курсовой работы	Основные вопросы темы (рекомендуемое наименование глав)
1.	HR-бренд и его значение для фирмы.	1. Теоретическая база для оценки влияния HR-бренда на деятельность организации. 2. Анализ HR-бренда в конкретной организации, с позиции его влияния на показатели ее работы.
2.	HR-брендинг как маркетинговая технология: особенности современного функционирования.	1. Теоретическая база HR-брендинга как маркетинговой технологии. 2. Анализ особенностей современного функционирования HR-брендинга в конкретной организации.
3.	Активы HR-бренда и факторы, влияющие на бренд работодателя.	1. Теоретическая база создания HR-бренда в современных условиях. 2. Анализ и оценка факторов, влияющих на бренд работодателя.
4.	Внутрикорпоративный менеджмент как условие реализации политики HR-брендинга.	1. Теоретические основы реализации политики HR-брендинга на основе внутрикорпоративного менеджмента. 2. Оценка влияния внутрикорпоративного менеджмента на реализацию политики HR-брендинга в конкретной организации.
5.	Вовлеченность персонала в процесс создания ценности HR-бренда.	1. Теоретическая база использования вовлеченности персонала в процессе создания ценности HR-бренда. 2. Оценка уровня вовлеченности персонала конкретной организации в процесс создания ценности HR-бренда.
6.	Глобализация HR-бренда: современное состояние и перспективы.	1. Теоретические аспекты формирования HR-бренда в глобальном мире. 2. Оценка перспектив глобализации HR-бренда конкретной организации.
7.	Индивидуальность HR-бренда и ее характеристики.	1. Теоретические основы определения HR-бренда организации. 2. Анализ индивидуальных характеристик HR-бренда в конкретной организации.
8.	Интегрированные маркетинговые коммуникации в системе управления HR-брендом: практика использования.	1. Теоретическая база применения интегрированных маркетинговых коммуникаций в системе управления HR-брендом. 2. Анализ использования интегрированных маркетинговых коммуникаций в системе управления HR-брендом в конкретной организации.
9.	Использование PR-мероприятий в процессе продвижения HR-бренда.	1. Теоретические аспекты продвижения HR-бренда с использованием PR-мероприятий. 2. Оценка эффективности PR-мероприятий в процессе продвижения HR-бренда (на примере конкретной организации).
10.	Использование внутрикорпоративных	1. Теоретические аспекты использования внутрикорпоративных коммуникаций при

№ темы	Наименование темы курсовой работы	Основные вопросы темы (рекомендуемое наименование глав)
	коммуникаций в процессе построения HR-бренд-пространства.	построении HR-бренд-пространства. 2. Анализ внутрикорпоративных коммуникаций в процессе построения HR-бренд-пространства в конкретной организации.
11.	Использование интернет - коммуникаций в процессе продвижения корпоративного HR-бренда.	1. Теоретические аспекты использования интернет - коммуникаций в процессе продвижения HR-бренда. 2. Оценка эффективности интернет - коммуникаций в процессе продвижения корпоративного HR-бренда (на примере конкретной организации).
12.	Истинная и ложная лояльность HR-бренду.	1. Теоретические аспекты исследования истинной и ложной лояльности HR-бренду. 2. Анализ и оценка лояльности HR-бренду на примере конкретной организации.
13.	Корпоративная культура как средство продвижения современного HR-бренда.	1. Теоретические основы использования корпоративной культуры как средства продвижения HR-бренда. 2. Оценка корпоративной культуры как средства продвижения HR-бренда в конкретной организации.
14.	Матрица «лояльность - удовлетворенность» в системе HR-брендинга.	1. Теоретические основы влияния матрицы «лояльность - удовлетворенность» на систему HR-брендинга. 2. Анализ влияния лояльности и удовлетворенности на систему HR-брендинга в конкретной организации.
15.	Миссия HR-бренда: общее и особенное.	1. Теоретические основы создания HR-бренда. 2. Анализ HR-бренда в конкретной организации.
16.	Организация PR-кампании в процессе реализации HR-брендинговой стратегии компании.	1. Теоретические аспекты организации PR-кампании в рамках реализации HR-брендинговой стратегии. 2. Оценка PR-кампании в процессе реализации HR-брендинговой стратегии конкретной организации.
17.	Особенности реализации HR-брендинговой политики компании в условиях кризиса.	1. Теоретическая база для реализации HR-брендинговой политики в условиях кризиса. 2. Оценка эффективности HR-брендинговой политики организации в условиях кризиса (на примере конкретной ситуации).
18.	Особенности создания HR-бренда-лидеров.	1. Теоретические аспекты обеспечения лидерских позиций в HR-брендинге. 2. Оценка и сравнение HR-бренда конкретной организации с лидерами рынка.
19.	Позиционирование HR-бренда на рынке труда.	1. Теоретическая база позиционирования HR-бренда. 2. Анализ форм и моделей позиционирования HR-брендов организаций на рынке труда.
20.	Представительские мероприятия в системе HR-брендинга: вопросы теории и практики.	1. Теоретические основы использования представительских мероприятий в системе HR-брендинга. 2. Анализ и оценка эффективности

№ темы	Наименование темы курсовой работы	Основные вопросы темы (рекомендуемое наименование глав)
		представительских мероприятий в системе HR-брендинга (на примере конкретной организации).
21.	Программы формирования лояльности персонала к HR-бренду.	1. Теоретические основы формирования лояльности персонала к HR-бренду. 2. Идентификация моделей лояльности персонала к HR-бренду в конкретной организации.
22.	Процесс PR-сопровождения HR-бренда организации: особенности практической реализации.	1. Теоретические основы PR-сопровождения HR-бренда организации. 2. Анализ эффективности PR-сопровождения HR-бренда в конкретной организации.
23.	Реклама и PR в системе HR-брендинга: сравнительный анализ практического использования.	1. Теоретические аспекты применения рекламы и PR в системе HR-брендинга. 2. Анализ и оценка практического использования рекламы и PR в системе HR-брендинга (на примере конкретной организации).
24.	Репутационный менеджмент как элемент HR-бренд-стратегии.	1. Теоретические аспекты использования репутационного менеджмента в HR-бренд-стратегии. 2. Анализ процесса управления репутацией, как элемента HR-бренд-стратегии в конкретной организации.
25.	Современная среда HR-бренда: проблемы и особенности.	1. Теоретические аспекты поддержания HR-бренда в современных условиях. 2. Анализ современной среды HR-бренда (на примере конкретной организации).
26.	Современные направления HR-брендинга как технологии продвижения.	1. Теоретическая база HR-брендинга как технологии продвижения. 2. Анализ современных направлений HR-брендинга в конкретной организации.
27.	Социальная ответственность в системе HR-брендинга.	1. Теоретические основы формирования социальной ответственности в системе HR-брендинга. 2. Оценка параметров социальной ответственности в системе HR-брендинга в конкретной организации.
28.	Формирование корпоративного персонал - имиджа как фактора привлечения персонала.	1. Теоретическая база для формирования корпоративного персонал - имиджа как фактора привлечения персонала. 2. Анализ корпоративного персонал – имиджа, с позиции привлечения персонала в конкретную организацию.
29.	Этапы формирования HR-бренда.	1. Теоретические аспекты формирования HR-бренда организации. 2. Оценка степени сформированности HR-бренда конкретной организации.
30.	Этические аспекты HR-брендинга.	1. Теоретические основы влияния этических аспектов на HR-бренд. 2. Оценка этических составляющих HR-бренда и его эффективность в конкретной организации.



МИНОБРНАУКИ РОССИИ

**федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Новосибирский государственный университет экономики и управления «НИНХ»
(ФГБОУ ВО «НГУЭУ», НГУЭУ)**

Кафедра [наименование кафедры]

КУРСОВАЯ РАБОТА

[Наименование темы]

Дисциплина: [Наименование дисциплины]

Ф.И.О студента: [Фамилия Имя Отчество]

Направление:

Направленность (профиль):

Номер группы:

Номер зачетной книжки:

Проверил: [Фамилия Имя Отчество, ученая степень, должность]

Новосибирск [год]



МИНОБРНАУКИ РОССИИ

**федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Новосибирский государственный университет экономики и управления «НИНХ»
(ФГБОУ ВО «НГУЭУ», НГУЭУ)**

Кафедра [наименование кафедры]

**ЗАДАНИЕ
на курсовую работу**

Тема: [Введите тему работы]
ФИО студента: [Фамилия Имя Отчество]
Группа: [номер группы]

Перечень подлежащих разработке вопросов и календарный график

№ п/п	Наименование вопросов, подлежащих разработке (этапы работы)	Срок выполнения
1	Выбор темы работы и согласование плана с научным руководителем	
2	Подготовка заключительного варианта курсовой работы	
3	Защита курсовой работы.	

Дата выдачи задания «__» _____ 20__ года

Срок сдачи работы «__» _____ 20__ года

Руководитель _____ [И.О. Фамилия]
подпись

Задание получил студент _____ [И.О. Фамилия]
подпись



МИНОБРНАУКИ РОССИИ

**федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования**

**«Новосибирский государственный университет экономики и управления «НИНХ»
(ФГБОУ ВО «НГУЭУ», НГУЭУ)**

Кафедра [наименование кафедры]

**ЗАЯВЛЕНИЕ
о самостоятельном характере выполненной работы**

Я, [Фамилия Имя Отчество], студент(ка) группы [номер группы], направления подготовки [код и наименование направления] направленности (профиля) [наименование направленности (профиля)], заявляю, что в моей курсовой работе, выполненной на тему «[Введите тему работы]» не содержится элементов плагиата.

Все заимствования из печатных и электронных источников, а также из защищенных ранее письменных работ, кандидатских и докторских диссертаций имеют соответствующие ссылки.

« ____ » _____ 20__ г. _____ [И.О. Фамилия]

подпись

Результаты проверки в системе «Антиплагиат»

Доля авторского текста (оригинальности) в результате автоматизированной проверки составила [введите процент оригинальности] %.

Руководитель курсовой работы [ученая степень, должность, Фамилия Имя Отчество]

« ____ » _____ 20__ г.

подпись



МИНОБРНАУКИ РОССИИ

**федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования**

**«Новосибирский государственный университет экономики и управления «НИНХ»
(ФГБОУ ВО «НГУЭУ», НГУЭУ)**

Кафедра [наименование кафедры]

**РЕЦЕНЗИЯ
на курсовую работу**

Тема: [Введите тему работы]

ФИО студента: [Фамилия Имя Отчество]

Группа: [номер группы]

№ п/п	Критерии оценки	Оценочные баллы	Баллы по результатам работы
1	Соответствие содержания теме курсовой работы	0-25	
2	Логичность и структурированность курсовой работы	0-15	
3	Наглядность представления информации	0-5	
4	Наличие и достоверность ссылок на используемые источники	0-5	
5	Аргументированность выводов и предложений в рамках проведенного исследования в курсовой работе	0-25	
6	Степень самостоятельности выполнения работы	0-10	
7	Соответствие стандарту оформления письменных студенческих работ	0-5	
8	Защита работы	0-10	
Итого		100	

Шкала итоговой оценки:

Неудовлетворительно	Удовлетворительно	Хорошо	Отлично
0-40	41-60	61-80	81-100

Шкала итоговой оценки:

Неудовлетворительно	Удовлетворительно	Хорошо	Отлично
0-40	41-60	61-80	81-100

Оценочное заключение: _____
неудовлетворительно/удовлетворительно/хорошо/отлично

Руководитель «__» _____ 20__ г. _____ [И.О. Фамилия]

БЛАНК ЛИСТ ЗАМЕЧАНИЙ



ЛИСТ ЗАМЕЧАНИЙ № _____

к оформлению курсовой работы

Студента _____

Дата проверки: « _____ » _____ 20__ г.

Элементы	Характер замечаний
Наименование темы работы	
Оформление титульного листа	
Размер шрифта	
Название шрифта	
Межстрочный интервал	
Абзац	
Поля	
Общий объем работы	
Объем введения	
Объем заключения	
Нумерация страниц	
Оформление содержания	
Оформление структурных частей работы	
Структура основной части	
Оформление таблиц	
Оформление рисунков	
Оформление ссылок	
Список использованных источников	
Наличие приложений	

Научный руководитель _____

Студент _____

БЛАНК ЗАКЛЮЧЕНИЯ ПО НОРМОКОНТРОЛЮ



ЗАКЛЮЧЕНИЕ ПО НОРМОКОНТРОЛЮ

На курсовую работу студента гр. _____ факультета _____, обучающегося по направлению 38.03.02 Менеджмент

(фамилия, имя, отчество)

Элементы	Параметры	Соответствует «+» Не соответствует
1	2	3
Наименование темы работы	<i>Соответствует теме, утвержденной приказом</i>	
Оформление титульного листа	<i>В соответствии с утвержденной формой</i>	
Размер шрифта	<i>14 пунктов</i>	
Название шрифта	<i>Times New Roman</i>	
Межстрочный интервал	<i>Полуторный</i>	
Абзацный отступ	<i>1,25 см</i>	
Поля (мм)	<i>Левое - 30, верхнее и нижнее - 20, правое- 10.</i>	
Последовательность приведения структурных частей работы	<i>Титульный лист. Задание. Заявление студента об антиплагиате. Содержание. Введение. Основная часть. Заключение. Список использованных источников. Приложения. Разделам и подразделам основной части присваиваются порядковые номера. Содержанию, введению, заключению, списку литературы и источников, приложениям порядковые номера как разделам не присваиваются.</i>	
Содержание введения	<i>Актуальность выбора темы Объект и предмет исследования Цели и задачи исследования Методы исследования Научная новизна (для магистерских диссертаций)</i>	
Общий объем без приложений	<i>20-40 страниц машинописного текста для курсовой работы 40-80 страниц. машинописного текста для ВКР</i>	
Объем введения	<i>2-3 стр. машинописного текста</i>	
Объем заключения	<i>3-5 стр. машинописного текста</i>	
Нумерация страниц	<i>Сквозная, в нижней части листа, по центру, без точки. На титульном листе номер страниц не проставляется, но учитывается при сквозной нумерации.</i>	
Оформление содержания	<i>Содержание включает в себя введение, заголовки всех разделов, подразделов, пунктов, заключение, список использованных источников, приложения.</i>	
Оформление структурных частей работы	<i>Каждая структурная часть начинается с новой страницы. Точка в конце наименования не ставится.</i>	

1	2	3
Структура основной части	<i>Разделы, соразмерные по объему и структуре</i>	
Оформление таблиц	<i>Таблицу, в зависимости от ее размера, помещают под текстом, в котором впервые дана ссылка на нее, или на следующей странице, или, при необходимости, в приложении к документу. Таблица, имеющая общий объем не более одной страницы разбиваться не может. Нумерация таблиц. Наименования таблиц</i>	
Оформление иллюстраций	<i>Иллюстрации не могут выходить за поля страниц. Нумерация иллюстраций. Наименование иллюстраций</i>	
Оформление ссылок	<i>Ссылки по всему тексту должны быть однотипные. Оформление в соответствии с ГОСТ Р 7.0.5-2008</i>	
Состав списка использованных источников	<i>Не менее 30 источников для выпускной квалификационной работы. Не менее 50 % источников, изданных за последние 5 лет. Оформление в соответствии с правилами стандарта</i>	
Оформление приложений	<i>В тексте документа на все приложения должны быть даны ссылки. Приложения располагают в порядке ссылок на них в тексте документа. Каждое приложение должно начинаться с новой страницы (листа) с указанием наверху посередине страницы слова «Приложение» и его буквенного обозначения.</i>	

Научный руководитель

(дата, личная подпись, расшифровка подписи)

С результатами проведенного нормоконтроля ознакомлен

(дата, личная подпись, расшифровка подписи студента)