

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

«Рекрутинг та бренд роботодавця»



Галузь знань	D Бізнес, адміністрування та право
Спеціальність	D3 Менеджмент
Освітня програма	«Менеджмент організацій і логістика» «Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності» «Адміністративний менеджмент» «Управління проектами»
Галузь знань	C Соціальні науки, журналістика, інформація та міжнародні відносини
Спеціальність	C1 Економіка та міжнародні економічні відносини
Спеціалізація	C1.02 Міжнародні економічні відносини
Освітня програма.	«Міжнародні економічні відносини»
Освітній рівень	другий, магістр
Статус	вибіркова
Загальний обсяг	4 кредита ECTS (120 годин)
Форма підсумкового контролю	залік
Термін викладання	2-й семестр (3 чверть)
Тривалість викладання	1 чверть
Заняття:	5 годин на тиждень
Лекції	3 години на тиждень
Практичні	2 години на тиждень
Мова викладання	українська

Сторінка курсу в СДО НТУ «ДП»:

<https://do.nmu.org.ua/course/view.php?id=7489>

Консультації: за окремим розкладом, погодженим зі здобувачами вищої освіти

Онлайн-консультації: Microsoft Teams – група «Рекрутинг та бренд роботодавця»

Інформація про викладачів:

	Міро Ірина Миколаївна (лекції та практичні), Д-р філос. з менеджменту, доцент
	Персональна сторінка: https://mvs.nmu.org.ua/ua/teachers/Grish/
	E-mail: miro.i.m@nmu.one

1. Анотація до курсу

Рекрутинг – це система заходів із залучення необхідного персоналу в організацію на вакантні посади. Як знайти на ринку праці першокласних спеціалістів і переконати їх працювати саме в цій компанії, як правильно проводити співбесіду, як зробити офер і онбординг. Як особистий бренд компанії впливає на рекрутингову стратегію і що потрібно робити, щоб не витратити гроші і швидко закрити вакансії.

2. Мета та завдання навчальної дисципліни

Метою викладання навчальної дисципліни «Рекрутинг та бренд роботодавця» є формування знань та компетентностей необхідних для пошуку, набору та проведення співбесід з потенційними кандидатами на вакантні посади. Здобувачі отримають знання та поетапні інструкції від пошуку до оферу і онбордингу. А також дізнаються як розвивати бренд роботодавця і на що це впливає.

3. Завдання курсу:

- *ознайомити* здобувачів вищої освіти з існуючими методиками пошуку персоналу; як правильно проводити збір інформації про поточні відкриті посади в компанії. Рекрутерам необхідно розуміти, кого саме треба шукати, які вимоги і переваги є у роботодавців (так званих «замовників»), провести з ними перемовини.
- *розглянути* світові підходи до проведення співбесіди;
- *вивчити* інструменти оцінки персоналу;
- *сформувати навички* з використання останніх технологій пошуку, оцінки персоналу

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен знати: поняття «ресечер», «ATS», «офер», «онбординг», «скринінг-інтерв'ю», «структуроване інтерв'ю», «панельне інтерв'ю».

4. Результати навчання:

- *знати* сучасні інструменти та практики пошуку та оцінки персоналу, інструменти автоматизації пошуку;
- *вміти* обґрунтовувати рішення щодо вибору чи пропозиції того чи іншого кандидата;
- *вміти проводити* «скринінг-інтерв'ю», «структуроване інтерв'ю», «панельне інтерв'ю»;
- *демонструвати навички* з використання методів пошуку, оцінки персоналу, вміти написати офер.

5. Структура курсу

Тематика занять	Вид занять	Ресурси
Тема 1. Що таке рекрутинг? Основні компетенції сучасного рекрутера	Лекція	Лекції, презентації https://do.nmu.org.ua/course/view.php?id=7489
	Практичне заняття	Методичні вказівки до практичних занять https://do.nmu.org.ua/course/view.php?id=7489
Тема 2. Спілкування з менеджером з найму. Аналіз заявки на прийом на роботу	Лекція	Лекції, презентації https://do.nmu.org.ua/course/view.php?id=7489
	Практичне заняття	Методичні вказівки до практичних занять https://do.nmu.org.ua/course/view.php?id=7489
Тема 3. Пошук. Робота з сайтом вакансій	Лекція	Лекції, презентації https://do.nmu.org.ua/course/view.php?id=7489
	Практичне заняття	Методичні вказівки до практичних занять https://do.nmu.org.ua/course/view.php?id=7489
Тема 4. Рекрутинг у соцмережах. Бренд роботодавця	Лекція	Лекції, презентації https://do.nmu.org.ua/course/view.php?id=7489
	Практичне заняття	Методичні вказівки до практичних занять https://do.nmu.org.ua/course/view.php?id=7489
Тема 5. Різні види та підходи до співбесіди	Лекція	Лекції, презентації https://do.nmu.org.ua/course/view.php?id=7489
	Практичне заняття	Методичні вказівки до практичних занять https://do.nmu.org.ua/course/view.php?id=7489
Тема 6. Пропозиція роботи та адаптація	Лекція	Лекції, презентації https://do.nmu.org.ua/course/view.php?id=7489
	Практичне заняття	Методичні вказівки до практичних занять https://do.nmu.org.ua/course/view.php?id=7489
Підведення підсумків роботи за семестр, оголошення оцінок		Індивідуальні завдання, тези доповідей, презентації

6. Технічне обладнання та/або програмне забезпечення

На лекційних та семінарських (практичних) заняттях обов'язково мати з собою гаджети зі стилізованим Інтернетом.

Активованій аккаунт університетської пошти (student.i.p@nmu.one) на Microsoft Office365.

Перевірений доступ з ПК чи мобільного гаджету до платформ Teams та Moodle Microsoft Office 365.

Інстальований на ПК та мобільних гаджетах пакет програм Microsoft Office (Word, Excel, Power Point).

7. Система оцінювання та вимоги

7.1. Навчальні досягнення здобувачів вищої освіти за результатами вивчення курсу оцінюватимуться за шкалою, що наведена нижче:

Рейтингова шкала	Інституційна шкала
90-100	відмінно
74-89	добре
60-73	задовільно
0-59	незадовільно

6.2. Засоби та процедури

Здобувач вищої освіти може отримати підсумкову оцінку з дисципліни на підставі поточного оцінювання знань за умови, якщо набрана кількість балів з виконання контрольної роботи, участі в практичних заняттях та виконання креативного самостійного завдання складатиме не менше 60 балів.

Поточна успішність складається з успішності за 6 (шість) практичних завдань по 5 балів (30 балів), оцінки самостійної роботи – виконання креативного самостійного завдання (10 балів), оцінки лекційного матеріалу у вигляді тестів 30 тестів по 2 бали (60 балів). За бажанням здобувача освіти як альтернатива виконанню окремих індивідуальних дослідницьких завдань може розглядатися підготовка тез доповідей на конференції. Максимально за поточною успішністю здобувач може отримати 100 балів.

Підсумкове оцінювання	Підсумковий контроль за дисципліною (залік) відбувається шляхом надання відповідей на питання у формі тестів (50 тестових питань по 2 бали). Максимальна кількість балів, яка може бути отримана за результатами заліку – 100 .
Практичні заняття	Демонстрація та обговорення презентацій; дебати та дискусії, кейси, де відпрацьовуються навички роботи рекрутера, комплексного розв'язання проблем пошуку персоналу, з використанням креативного підходу. 6 практичних занять по 5 балів. Максимально оцінюється в 30 балів
Індивідуальна самостійна робота	Кожен здобувач/ка може обрати один з двох варіантів: виконати індивідуальну креативну самостійну роботу, яка передбачає кейс з рекрутингу; або написати тези та взяти участь у конференції із публічною апробацією результатів дослідження. Максимально оцінюється в 10 балів
Лекційні заняття	Лекційна контрольна робота максимально оцінюється у 60 балів та передбачає надання відповідей на тестові питання, 30 питань по 2 бали

	кожне.
--	--------

6.3. Критерії

6.3.1. Критерії оцінювання **практичного заняття**: за обговорення питань та участь у дискусії максимально можна отримати 5 балів за одне практичне заняття:

- 5 балів: активна участь у дебатах, дискусії (виступи, коментарі, активне слухання), володіння навчальним матеріалом, наведення аргументованих відповідей із посиланням на джерела;
- 4 бали: активна участь у дебатах, дискусії (виступи, коментарі, активне слухання), володіння навчальним матеріалом з незначними помилками за сутністю обговорюваних питань;
- 3 бали: активна участь у дискусії (виступи, коментарі, активне слухання) без достатнього володіння навчальним матеріалом, що має стосунок до теми обговорення;
- 2 бали: залучення до дискусії викладачем, неуважність, відсутність достатніх знань про предмет обговорення;
- 1 бал: небажання брати участь в дискусії, відсутність достатніх знань про предмет обговорення, але слухання дебатів та дискусії.

6.3.2. Критерії оцінювання **креативного самостійного завдання**.

За виконання креативного самостійного завдання максимально можна отримати 10 балів:

- 9-10 балів: володіння навчальним матеріалом, правильність поданої інформації, логічність, послідовність, враховані відповіді на всі підпункти, наведення аргументованих висновків;
- 7-8 балів: володіння навчальним матеріалом з незначними помилками, незначні помилки в логічній побудові інформації, враховані відповіді на всі підпункти, наведення аргументованих висновків;
- 5-6 балів: не достатнє володіння навчальним матеріалом, незначні помилки в наведеній інформації, враховані відповіді не на всі підпункти, висновки аргументовано;
- 3-4 бали: не достатнє володіння навчальним матеріалом, грубі помилки в побудові інформації, висновки не аргументовано, враховані відповіді не на всі підпункти
- 1-2 бали: відсутність достатніх знань про всі підпункти завдання, грубі помилки в побудові інформації, враховані відповіді не на всі підпункти, висновки не аргументовано.

6.3.3. Критерії оцінювання **тез за участю у конференції**:

- 7-10 балів – тези написані та подані до організаційного комітету згідно графіка, є дотичними до ОК та / або тематики дослідження;
- 5-6 балів – тези написані, але не подані до організаційного комітету згідно графіка, є дотичними до ОК та / або тематики дослідження;

- 3-4 бали – тези написані, але не подані до організаційного комітету згідно графіка, є недотичними до ОК та / або тематики дослідження;
- 1-2 бали – затверджена тематика написання тез, узгоджений перелік використаної літератури;
- 0 – тези не написані.

6.3.4. Критерії підсумкового оцінювання

Підсумкове оцінювання передбачає надання відповідей на тести. Максимальна кількість балів, яка може бути отримана – **100** балів (50 тестових питань по 2 бали).

7. Політика курсу

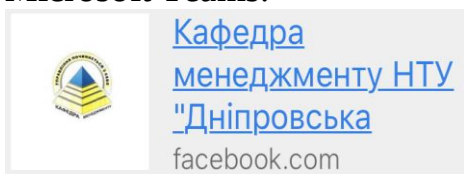
7.1. Політика щодо академічної доброчесності. Академічна доброчесність здобувачів вищої освіти є важливою умовою для опанування результатами навчання за дисципліною і отримання задовільної оцінки з поточного та підсумкового контролів. Академічна доброчесність базується на засудженні практик списування (виконання письмових робіт із залученням зовнішніх джерел інформації, крім дозволених для використання), плагіату (відтворення опублікованих текстів інших авторів без зазначення авторства), фабрикації (вигадування даних чи фактів) що можуть використовуватися в освітньому процесі. Політика щодо академічної доброчесності регламентується положенням «Положення про систему запобігання та виявлення плагіату у Національному технічному університеті «Дніпровська політехніка». http://www.nmu.org.ua/ua/content/activity/us_documents/System_of_prevention_and_detection_of_plagiarism.pdf.

У разі порушення здобувачем вищої освіти академічної доброчесності (списування, плагіат, фабрикація), робота оцінюється незадовільно та має бути виконана повторно. При цьому викладач залишає за собою право змінити тему завдання.

7.2. Комунікативна політика.

Здобувачі вищої освіти повинні мати активовану університетську пошту.

Обов'язком здобувача вищої освіти є перевірка один раз на тиждень (щонеділі) поштової скриньки на Office365 та відвідування групи дисципліни у Microsoft Teams.



Рекомендуємо створити профілі та підписатися на сторінки кафедри менеджменту у Facebook.

Протягом тижнів самостійної роботи обов'язком здобувача вищої освіти є робота у рамках дисципліни дистанційно у додатку Microsoft Moodle (www.do.nmu.org.ua).

Усі письмові запитання до викладача стосовно дисципліни мають надсилатися на університетську електронну пошту або до групи в Teams.

7.3. Політика щодо перескладання.

Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку. Перескладання відбувається із дозволу деканату за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний).

7.4. Політика щодо оскарження оцінювання. Якщо здобувач вищої освіти не згоден з оцінюванням його знань, він може оскаржити виставлену викладачем оцінку у встановленому порядку.

7.5. Участь в анкетуванні. Наприкінці вивчення курсу та перед початком сесії здобувачам вищої освіти буде запропоновано анонімно заповнити електронні анкети (Microsoft Forms Office 365), які буде розіслано на ваші університетські поштові скриньки. Заповнення анкет є важливою складовою вашої навчальної активності, що дозволить оцінити дієвість застосованих методів викладання та врахувати ваші пропозиції стосовно покращення змісту навчальної дисципліни.

8. Методи навчання

Під час *лекцій та практичних занять* будуть застосовані такі методи навчання:

Пояснення. Тлумачення понять, явищ, принципів, термінів тощо, переважно під час викладання нового матеріалу.

Інструктаж. Надання алгоритму дій для виконання поставленого завдання.

Діалог. За допомогою запитань викладач мотивуватиме здобувачів вищої освіти до відтворення набутих знань, формування самостійних висновків і узагальнень на основі засвоєного матеріалу.

Навчальна дискусія, дебати. Це обговорення важливого питання, обмін думками між здобувачами вищої освіти та/або викладачем, спрямовані не лише на засвоєння нових знань, а й на створення емоційно насиченої атмосфери, яка б сприяла глибокому проникненню в істину.

Ілюстрування. Застосування презентацій, відео та іншого медіа-контенту для підкріплення матеріалу, який пояснюється, обговорюється або завдань, які виконуються.

Самостійне спостереження (навчання, дослідження). Це безпосереднє самостійне сприймання явищ дійсності у процесі навчання.

Письмові та усні контрольні завдання. Самостійна концентрація та відтворення отриманих знань та навичок в умовах обмеженого часу та джерел інформації.

Кейси. Пошук проблемної ситуації реальної діяльності підприємства, через яку спостерігається негативний ефект, та обґрунтування оригінального її рішення, спираючись на відомі факти або необхідність отримання додаткової інформації.

Аналіз. Сутність його полягає у вивченні предметів чи явищ за окремими ознаками і відношеннями, у поділі на елементи, осмисленні зв'язків між ними.

Синтез. Полягає в уявному або практичному поєднанні виокремлених під час аналізу елементів або властивостей предмета в єдине ціле.

Порівняння. За його допомогою встановлюють спільні і відмінні ознаки предметів і явищ.

Узагальнення. Цей метод передбачає перехід від одиничного до загального, від менш загального до більш загального шляхом абстрагування від специфічного і виявлення притаманних явищам загальних ознак (властивостей, відношень тощо) при осмисленні понять, суджень, теорій.

Конкретизації. Допомагає перейти від безпосередніх вражень до розуміння сутності того, що вивчається: результати конкретизації постають у формі прикладів, схем, моделей тощо.

Для заохочення шерінгу ідеями та вільного мовлення в умовах навчання один в одного використовуються методи:

Виступ. Питання навколо певної тем обговорюється у групах і потім оприлюднюється з подальшою дискусією.

9. Ресурси і література

1. Хто. Як наймати найкращих, Джефф Смарт, Ренді Стріт, Лабораторія. 2024

2. Steven Mostyn. (2016) Recruiting 101: The Fundamentals of Being a Great Recruiter. 199 p

3. Jan Tegze (2020) Full Stack Recruiter: The Ultimate Edition. 764 p

4. Vodianka L., Ratushniak D., Luste O. (2022). Innovative Methods of Personnel Recruitment in the Conditions of Digitalization. Business Inform. 1. 403-409. 10.32983/2222-4459-2022-1-403-409.

5. Лопатинський Ю. М., Водянка Л. Д., Шелюжак І. Г. Аутплейсмент персоналу як необхідний елемент кадрової політики. Науковий вісник Одеського національного економічного університету. 2021. № 1–2. С. 108–114.

6. Шаповал О.А. Системний підхід до управління персоналом підприємства. Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія «Економіка і управління». 2019. Т. 30. № 4. С. 82–85.

7. Kramarenko I., Liashenko V., Antonenko A. (2024). Implementation of NR-technologies of personnel management to protect the information space and strengthen the economic security of enterprises. Actual problems of innovative economy and law. 2024. 117-121. 10.36887/2524-0455-2024-1-24.

8. Кравчук О., Варіс І., Потоскуєва, А. (2023). Цифрові технології HR маркетингу. Проблеми сучасних трансформацій. Серія: економіка та управління. 10.54929/2786-5738-2023-9-04-03.

9. Kalina, I. (2020). Tendentsii rozvytku tsyfrovoho marketynhu [Digital marketing development trends]. Naukovyi visnyk Natsionalnoi akademii statystyky, obliku ta audytu - Scientific Bulletin of the National Academy of Statistics, Accounting and Audit, (4), 92–100. DOI: <https://doi.org/10.31767/nasoa.4.2019.09>.

10. Makarova V., Xiawei N. (2021). Human resource marketing is an important factor to enhance the competitiveness of Chinese enterprises. *Efektyvna ekonomika - Efficient economy*, (1). DOI: <https://doi.org/10.32702/2307-2105-2021.1.84>
11. Nabieva N. M. (2021). Digital marketing: Current trends in development. *Theoretical Applied Science*, 94(02), 333–340.
DOI: <https://doi.org/10.15863/tas.2021.02.94.65>.
12. <https://www.smartrecruiters.com/>
13. <https://hrtalentiq.com/>
14. <https://recruitee.com/>