

АННОТАЦИЯ

Выпускная квалификационная работа на тему:

«HR-брендинг в стратегии продвижения
образовательного учреждения
(на примере ФГБОУ ВО «ПГУ»)»

Автор: Омельченко А.И.

Научный руководитель:

Миллер Ирина Сергеевна

Стр.110, библиограф. назв. 92.

Ключевые слова: брендинг, HR-бренд, стратегия продвижения, брендообразующие характеристики.

Актуальность темы исследования обусловлена масштабными социально-экономическими трансформациями последних несколько лет, вызванных процессами глобального экономического кризиса 2008 года и последовавшим за ним кризиса 2014-2015, технологической революцией, необходимостью внедрения концепции lean-менеджмента («бережливого производства») в системное управление компаний и целых отраслей, сменой образовательной парадигмы, ориентированной в большей степени на генерирование новых продуктов и технологий. Вместе с тем, следует понимать, что инновации и новые технологии могут обесценить любые сбережения и инвестиции в устаревшую технику, если в должной мере не будут оценены роль научно-организованного труда и значение высококвалифицированного кадрового потенциала компании. Сегодня мощь технологий не умаляет, а еще в большей степени возвышает роль человека в производстве, что порождает огромный спрос на квалифицированный персонал, который постоянно обостряется на рынке труда в связи со спадом предложения профессиональных кадров из-за продолжающихся демографических изменений во всем мире и переориентации экономики на производство наукоемких технологий.

Цель работы – выработка комплекса методических решений и практических рекомендаций по разработке стратегии HR-брендинга ФГБОУ ВО «ПГУ».

Достижение поставленной цели предполагает постановку и решение следующих **задач:**

- выявить и систематизировать ключевые этапы развития бренд-технологий;

- конкретизировать концептуальные доминанты HR-брендинга как технологии продвижения организации;
- проанализировать текущую HR-политику ФГБОУ ВО «ПГУ»;
- предложить комплекс рекомендаций по продвижению ФГБОУ ВО «ПГУ» как HR-бренда.

Результаты исследования. Сегодня бренд ФГБОУ ВО «ПГУ» занимает достаточно прочные позиции и может быть охарактеризован как сильный HR-бренд на региональном рынке образовательных услуг.

Вместе с тем, принимая во внимание уже проведенную работу по созданию сильного HR-бренда ФГБОУ ВО «ПГУ», нами разработан комплекс организационных и коммуникационных решений по приращению дополнительных конкурентных преимуществ университета как работодателя.

Нам представляется, что расширение диапазона HR-технологий, ориентированных на действующий профессорско-преподавательский состав, за счет разработки и внедрения дополнительных мотивационных механизмов, таких, как программа повышения квалификации различного уровня и характера, а также усиление персонифицированности корпоративной культуры, внедрение института медиации представляется рациональным и в перспективе эффективным в приращении HR-активов ПГУ.