

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

ФАКУЛЬТЕТ МЕЖДУНАРОДНЫХ ОТНОШЕНИЙ

Кафедра международного туризма

Аннотация дипломной работы

**HR-БРЕНДИНГ В СИСТЕМЕ МЕНЕДЖМЕНТА ОРГАНИЗАЦИИ (НА
ПРИМЕРЕ ООО «КПМГ»)**

Трояновская Анна Александровна

Научный руководитель: кандидат экономических наук,
доцент Н. И. Богино

Минск, 2019

АННОТАЦИЯ

1. Структура и объем дипломной работы

Работа имеет традиционную структуру и включает в себя введение, основную часть, состоящую из трех глав и заключение. Объем дипломной работы 74 страницы, на которых размещены 19 рисунков, 5 таблиц и 3 приложения. При написании диплома использовалось 49 источников.

2. Перечень ключевых слов

МЕНЕДЖМЕНТ, БРЕНД РАБОТОДАТЕЛЯ, HR-БРЕНД КОМПАНИИ, HR-БРЕНДИНГ, ЭКСПРЕСС-ДИАГНОСТИКА HR-БРЕНДА, ЦЕННОСТНАЯ ЦЕПОЧКА ПОРТЕРА, КАРТА ФОТОГРАФИИ РАБОЧЕГО ВРЕМЕНИ, ТЕХНОЛОГИЯ ТАРГЕТИНГА LOOK ALIKE.

3. Текст реферата

Целью данной работы стало изучение HR-брендинга, как одного из инструментов маркетинга персонала для усовершенствования маркетинговой концепции компании-работодателя. Объект исследования – HR-брендинг. Предмет исследования – теоретико-методологические и практические аспекты HR-брендинга в системе менеджмента организации.

В ходе работы была раскрыта сущность понятия HR-бренд, рассмотрены его структура, качественная и количественная оценка, значение в системе менеджмента организации, алгоритм разработки и продвижения. Была дана оценка развитию бренда работодателя в Республике Беларусь и за рубежом. Был проведен анализ деятельности ООО «КПМГ» и выявлены особенности бренда работодателя. На примере ООО «КПМГ» был проведен качественный анализ HR-брендинга, а также осуществлен анализ на основе «Методики экспресс-диагностики состояния HR-бренда компании» Мансурова Р. Е. На основе проведенного анализа были выявлены недостатки в концепции брендинга компании-работодателя и предложены мероприятия по их устранению. В работе в качестве нововведения рассматривается возможность применения оплаты труда при суммированном учете рабочего времени с приведением примеров расчета вариантов начисления заработной платы. А также внесено предложение об усилении внешнего HR-маркетинга при помощи инструмента индивидуализированных аудиторий Look alike в социальной сети Facebook.

Среди используемого и разработанного графического и расчетно-аналитического материала: ценностная цепочка Портера, SWOT-анализ и STEEP-анализ бренда работодателя, результаты опроса сотрудников и интернов ООО «КПМГ», карта фотографии рабочего времени интерна ООО «КПМГ». Применялись методы анализа, наблюдения, опроса, систематизации и логического обобщения теоретического материала.

АНАТАЦЫЯ

1. Структура і аб'ём дыпломнай працы

Работа мае традыцыйную структуру і ўключае ў сябе ўвядзенне, асноўную частку, якая складаецца з трох частак і высновы. Аб'ём дыпломнай працы 74 старонкі, на якіх размешчаны 19 малюнкаў, 5 табліц і 3 дадатку. Пры напісанні дыплама было выкарыстана 49 крыніц.

2. Пералік ключавых слоў

МЕНЕДЖМЕНТ, БРЭНД ПРАЦАДАЎЦЫ, HR-БРЭНД КАМПАНІІ, HR-БРЭНДЫНГ, ЭКСПРЭС-ДЫЯГНОСТЫКА HR-БРЭНДА, КАШТОЎНАСНЫ ЛАНЦУЖОК ПОРТЕРА, КАРТА ФАТАГРАФІІ ПРАЦОЎНАГА ЧАСУ, ТЭХНАЛОГІЯ ТАРГЕТЫНГУ LOOK ALIKE.

3. Тэкст рэферата

Мэтай дадзенай работы стала вывучэнне HR-брэндынгу, як аднаго з інструментаў маркетынгу персаналу для ўдасканалення маркетынгавай канцэпцыі кампаніі-працадаўцы. Аб'ект даследавання - HR-брэндынг. Прадмет даследавання - тэарэтыка-метадалагічныя і практычныя аспекты HR-брэндынгу ў сістэме менеджменту арганізацыі.

У ходзе работы была раскрыта сутнасць паняцця HR-брэнд, разгледжаны яго структура, якасная і колькасная ацэнка, значэнне ў сістэме менеджменту арганізацыі, алгарытм распрацоўкі і поступу. Была дадзена ацэнка развіццю брэнда працадаўцы ў Рэспубліцы Беларусь і за мяжой. Быў праведзены аналіз дзейнасці ТАА «КПМГ» і выяўлены асаблівасці брэнда працадаўцы. На прыкладзе ТАА «КПМГ» быў праведзены якасны аналіз HR-брэндынгу, а таксама ажыццёўлен аналіз на аснове «Методыкі экспрэс-дыягностыкі стану HR-брэнда кампаніі» Мансурава Р. Е. на аснове праведзенага аналізу былі выяўлены недахопы ў канцэпцыі брэндынгу кампаніі-працадаўцы і прапанаваны мерапрыемствы па іх ліквідацыі. У рабоце ў якасці новаўводзін разглядаецца магчымасць прымянення аплаты працы пры падсумаваным уліку працоўнага часу з прывядзеннем прыкладаў разліку варыянтаў налічэння заробтнай платы. А таксама ўнесена прапанова аб узмацненні знешняга HR-маркетынгу пры дапамозе інструмента індывідуалізаваных аўдыторый Look alike ў сацыяльнай сетцы Facebook.

Сярод выкарыставанага і распрацаванага графічнага і разлікова-аналітычнага матэрыялу: каштоўнасны ланцужок Портера, SWOT-аналіз і STEEP-аналіз брэнда працадаўцы, вынікі апытання супрацоўнікаў і інтэрнаў ТАА «КПМГ», карта фатаграфіі працоўнага часу інтэрна ТАА «КПМГ». Ўжываліся метады аналізу, назірання, апытання, сістэматызацыі і лагічнага абагульнення тэарэтычнага матэрыялу.

ANNOTATION

1. Structure and scope of the diploma work

Work has traditional structure and includes introduction, the main part consisting of three chapters and the conclusion. Volume of the Diploma Project is 74 pages which include 19 drawings, 5 tables and 3 applications. While writing the diploma 49 sources were used.

2. Keywords

MANAGEMENT, EMPLOYER BRAND, COMPANY HR-BRAND, HR-BRANDING, EXPRESS-DIAGNOSTICS OF HR-BRAND, VALUE CHAIN OF MICHAEL PORTER, WORK TIME PHOTOGRAPHY MAP, TARGETING TECHNOLOGY LOOK ALIKE.

3. Summary text

HR branding studying as one of marketing personnel instruments for improvement of the company's marketing concept became the purpose of this work. A research object is HR branding. An object of research is theoretical, methodological and practical aspects of HR branding in the organization's management system.

During work the essence of a concept HR brand was revealed; its structure, qualitative and quantitative assessment, role in the organization's management system, development and promotion algorithm are reviewed. An assessment was given to development of the employer brand in Republic of Belarus and abroad. The analysis of activities of LLC KPMG was carried out and features of the employer brand are revealed. On the example of LLC KPMG the qualitative analysis of HR branding was carried out and also the analysis on the basis of "The express diagnostics technique of company's HR brand" of Mansurov R. E. is carried out. On the basis of the analysis shortcomings were revealed and actions for their elimination are offered. The possibility of applying wages when summing up working time with examples of calculating payroll options is considered in the work as an innovation. And also the offer on strengthening of external HR marketing by means of the individualized audiences Look alike tool on social network Facebook is made.

Among the used and developed graphic and settlement and analytical material are following: valuable chain of Porter, SWOT analysis and STEEP analysis of the employer brand, results of poll of employees and interns of LLC KPMG, the working hours photo card of LLC KPMG intern. Methods of the analysis, observation, poll, systematization and logical generalization of theoretical material were applied.