



ТЕХНИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ
УГМК



Негосударственное частное образовательное учреждение высшего образования
«Технический университет УГМК»
(НЧОУ ВО «ТУ УГМК»)

УТВЕРЖДАЮ

Директор НЧОУ ВО «ТУ УГМК»

В.А. Лапин



2022 г.

ПРОГРАММА
повышения квалификации
«Эффективные инструменты рекрутинга»

Верхняя Пышма
2022

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОГРАММЫ

1.1. Цель реализации программы

Получение новых компетенций, необходимых для профессиональной деятельности в направлении рекрутмента/подбора персонала.

1.2. Планируемые результаты обучения

Слушатель должен знать:

- принципы работы внутреннего рекрутера компании;
- основные этапы поиска кандидата;
- основные этапы собеседования;
- способы проведения интервью.

Слушатель должен уметь:

- составлять карту поиска;
- использовать социальные сети для поиска кандидатов;
- анализировать кандидатуру соискателя до собеседования;
- готовить кандидата и линейного руководителя к интервью;
- проводить интервью с кандидатом;
- формировать предложение о работе.

1.3. Требования к уровню подготовки слушателя

Слушатели, имеющие высшее или среднее профессиональное образование, являющиеся кадровыми работниками или специалистами по управлению персоналом.

1.4. Программа разработана с учетом профессионального стандарта:

Данная программа повышения квалификации ориентирована на профессии, в которых необходимы знания и умения предусматривающих профессиональную подготовку специалистов по персоналу, необходимых для выполнения профессиональной деятельности.

2. СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ

2.1. Учебный план

| Наименование раздела | Трудоёмкость, час | Всего, ауд. час. | Дистанционные занятия, в т.ч. час. | | | Атте- стац- ия | |
|----------------------|-------------------------------------|------------------|------------------------------------|-----------------------|-------------------------|----------------|--|
| | | | лекци- и | лабора- торные работы | прак. занятия, семинары | | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | |
| 1 | Процесс рекрутмента | 3 | - | - | - | 3 | |
| 1.1 | Цели и задачи рекрутмента | 1 | - | - | - | 1 | |
| 1.2 | Этапы рекрутмента | 1 | - | - | - | 1 | |
| 1.3 | Состав работы внутреннего рекрутера | 1 | - | - | - | 1 | |
| 2 | Снятие вакансии | 5 | - | - | - | 5 | |
| 2.1 | Основные этапы поиска кандидата | 2 | - | - | - | 2 | |

| Наименование раздела | | Трудоемкость, час | Всего, ауд. час. | Дистанционные занятия, в т.ч. час. | | | Атте стац ия |
|-------------------------|---|----------------------|------------------------|---------------------------------------|----------------------------|-------------------------------|--------------------|
| | | | | лекци и | лабора торные работы | прак. занятия, семинары | |
| 1 | | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 2.2 | Сбор информации о вакантной позиции | 1 | - | - | - | 1 | |
| 2.3 | Составление списка требований к кандидату | 2 | - | - | - | 2 | |
| 3 | Карта поиска и публикация вакансий | 6 | - | - | - | 6 | |
| 3.1 | Понятие карты поиска | 1 | - | - | - | 1 | |
| 3.2 | Обзор вариантов поиска кандидатов | 1 | - | - | - | 1 | |
| 3.3 | Параметры составления карты поиска | 1 | - | - | - | 1 | |
| 3.4 | Структурная схема составления текста вакансии | 1,5 | - | - | - | 1,5 | |
| 3.5 | Содержание текста вакансии | 1,5 | - | - | - | 1,5 | |
| 4 | Поиск кандидатов в социальных сетях | 4 | - | - | - | 4 | |
| 4.1 | Обзор социальных сетей для поиска кандидатов | 2 | - | - | - | 2 | |
| 4.2 | Личный бренд и профиль в социальных сетях | 1 | - | - | - | 1 | |
| 4.3 | Отличительные особенности поиска в различных социальных сетях | 1 | - | - | - | 1 | |
| 5 | Первый звонок и презентация компании | 5 | - | - | - | 5 | |
| 5.1 | Цели телефонного звонка | 1 | - | - | - | 1 | |
| 5.2 | Правила проведения телефонного звонка | 2 | - | - | - | 2 | |
| 5.3 | Выявление мотивации кандидата при телефонном разговоре | 1 | - | - | - | 1 | |
| 5.4 | Информация о компании при телефонном разговоре | 1 | - | - | - | 1 | |
| 6 | Интервью. Виды. Структура | 5 | - | - | - | 5 | |
| 6.1 | Понятие интервью с кандидатом | 0,5 | - | - | - | 0,5 | |
| 6.2 | Цели проведения интервью | 0,5 | - | - | - | 0,5 | |
| 6.3 | Обзор типов интервью | 0,5 | - | - | - | 0,5 | |
| 6.4 | Правила проведения интервью | 0,5 | - | - | - | 0,5 | |
| 6.5 | Подготовка к интервью | 0,5 | - | - | - | 0,5 | |
| 6.6 | Способы проведения интервью | 0,5 | - | - | - | 0,5 | |
| 6.7 | Типы вопросов на интервью | 1 | - | - | - | 1 | |
| 6.8 | Интервью по компетенциям | 1 | - | - | - | 1 | |
| 7 | Интервью. Мотивация | 5 | - | - | - | 5 | |
| 7.1 | Понятие мотивации. | 0,5 | - | - | - | 0,5 | |
| 7.2 | Выявление мотивации. | 0,5 | - | - | - | 0,5 | |

| Наименование раздела | | Трудоемкость, час | Всего, ауд. час. | Дистанционные занятия, в т.ч. час. | | | Атте- стац ия |
|----------------------|---|-------------------|------------------|------------------------------------|----------------------------|-------------------------------|---------------------|
| | | | | лекци и | лабора торные работы | прак. занятия, семинары | |
| 1 | | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 7.3 | Профили мотивации. | 1,5 | - | - | - | 1,5 | |
| 7.4 | Исследование мотивации. | 1 | - | - | - | 1 | |
| 7.5 | Представление преимуществ и ценностей компании. | 0,5 | - | - | - | 0,5 | |
| 7.6 | Варианты завершения интервью. | 0,5 | - | - | - | 0,5 | |
| 7.7 | Понятие и характеристики массового рекрутмента. | 0,5 | - | - | - | 0,5 | |
| 8 | Эффективная работа с заказчиком и кандидатом. Job offer и профилактика контроффера | 5 | - | - | - | 5 | |
| 8.1 | Подготовка кандидата и линейного руководителя к интервью | 1,5 | - | - | - | 1,5 | |
| 8.2 | Проверка рекомендаций. Служба безопасности. | 1 | - | - | - | 1 | |
| 8.3 | Формирование предложения о работе | 1,5 | - | - | - | 1,5 | |
| 8.4 | Как проводить профилактику контр-предложения | 1 | - | - | - | 1 | |
| Итоговая аттестация | | 2 | - | - | - | - | 2 |
| Всего | | 40 | - | - | - | 38 | 2 |

2.3. Примерный календарный учебный график

| Период обучения (дни, недели) ¹⁾ | Наименование раздела |
|---|--|
| Первый день | Процесс рекрутмента. Цели и задачи рекрутмента. Этапы рекрутмента Состав работы внутреннего рекрутера. |
| Второй день | Снятие вакансии. Основные этапы поиска кандидата. Сбор информации о вакантной позиции. |
| Третий день | Снятие вакансии и понятие «Карта поиска». Составление списка требований к кандидату. Понятие карты поиска. |
| Четвертый день | Карта поиска и публикация вакансий. Обзор вариантов поиска кандидатов. Параметры составления карты поиска. |
| Пятый день | Карта поиска и публикация вакансий. Структурная схема составления текста вакансии. Содержание текста вакансии. |
| Шестой день | Поиск кандидатов в социальных сетях. Обзор социальных сетей для поиска кандидатов. Отличительные особенности поиска в различных социальных сетях. |
| Седьмой день | Первый звонок и презентация компании. Цели телефонного звонка. Правила проведения телефонного звонка. Выявление |

| | |
|---|--|
| | мотивации кандидата при телефонном разговоре. Информация о компании при телефонном разговоре. |
| Восьмой день | Интервью. Виды. Структура. Понятие интервью с кандидатом. Цели проведения интервью. Обзор типов интервью. Правила проведения интервью. |
| Девятый день | Интервью. Виды. Структура. Подготовка к интервью. Способы проведения интервью. Типы вопросов на интервью. Интервью по компетенциям. |
| Десятый день | Интервью. Мотивация. Понятие мотивации. Выявление мотивации. Профили мотивации. Исследование мотивации. |
| Одиннадцатый день | Интервью. Мотивация. Представление преимуществ и ценностей компании. Варианты завершения интервью. Понятие и характеристики массового рекрутмента. |
| Двенадцатый день | Эффективная работа с заказчиком и кандидатом. Job offer и профилактика контроффера. Подготовка кандидата и линейного руководителя к интервью. Проверка рекомендаций. Служба безопасности. |
| Тринадцатый день | Эффективная работа с заказчиком и кандидатом. Job offer и профилактика контроффера. Формирование предложения о работе. Как проводить профилактику контр-предложения. |
| Четырнадцатый день | Итоговая аттестация |
| <p>1) Даты обучения будут определены в расписании занятий при наборе группы на обучение</p> | |

2.4. Рабочие программы разделов

| №, наименование темы | Содержание лекций (количество часов) | Наименование лабораторных работ (количество часов) | Наименование практических занятий или семинаров (количество часов) |
|---|--------------------------------------|--|--|
| 1. Процесс рекрутмента | | | |
| 1.1 | - | - | Цели и задачи рекрутмента (1) |
| 1.2 | - | - | Этапы рекрутмента (1) |
| 1.3 | - | - | Состав работы внутреннего рекрутера (1) |
| 2. Снятие вакансии | | | |
| 2.1 | - | - | Основные этапы поиска кандидата (2) |
| 2.2 | - | - | Сбор информации о вакантной позиции (1) |
| 2.3 | - | - | Составление списка требований к кандидату (2) |
| 3. Карта поиска и публикация вакансий | | | |
| 3.1 | - | - | Понятие карты поиска (1) |
| 3.2 | - | - | Обзор вариантов поиска кандидатов (1) |
| 3.3 | - | - | Параметры составления карты поиска (1) |
| 3.4 | - | - | Структурная схема составления текста вакансии (1,5) |
| 3.5 | - | - | Содержание текста вакансии (1,5) |
| 4. Поиск кандидатов в социальных сетях | | | |
| 4.1 | - | - | Обзор социальных сетей для поиска кандидатов (2) |

| | | | |
|--|---|---|---|
| 4.2 | - | - | Личный бренд и профиль в социальных сетях (1) |
| 4.3 | - | - | Отличительные особенности поиска в различных социальных сетях (1) |
| 5. Первый звонок и презентация компании | | | |
| 5.1 | - | - | Цели телефонного звонка (1) |
| 5.2 | - | - | Правила проведения телефонного звонка (2) |
| 5.3 | - | - | Выявление мотивации кандидата при телефонном разговоре (1) |
| 5.4 | - | - | Информация о компании при телефонном разговоре (1) |
| 6. Интервью. Виды. Структура | | | |
| 6.1 | - | - | Понятие интервью с кандидатом (0,5) |
| 6.2 | - | - | Цели проведения интервью (0,5) |
| 6.3 | - | - | Обзор типов интервью (0,5) |
| 6.4 | - | - | Правила проведения интервью (0,5) |
| 6.5 | - | - | Подготовка к интервью (0,5) |
| 6.6 | - | - | Способы проведения интервью (0,5) |
| 6.7 | - | - | Типы вопросов на интервью (1) |
| 6.8 | - | - | Интервью по компетенциям (1) |
| 7. Интервью. Мотивация | | | |
| 7.1 | - | - | Понятие мотивации. (0,5) |
| 7.2 | - | - | Выявление мотивации. (0,5) |
| 7.3 | - | - | Профили мотивации. (1,5) |
| 7.4 | - | - | Исследование мотивации. (1) |
| 7.5 | - | - | Представление преимуществ и ценностей компании. (0,5) |
| 7.6 | - | - | Варианты завершения интервью. (0,5) |
| 7.7 | - | - | Понятие и характеристики массового рекрутмента. (0,5) |
| 8. Эффективная работа с заказчиком и кандидатом. Job offer и профилактика контроффера | | | |
| 8.1 | - | - | Подготовка кандидата и линейного руководителя к интервью (1,5) |
| 8.2 | - | - | Проверка рекомендаций. Служба безопасности. (1) |
| 8.3 | - | - | Формирование предложения о работе (1,5) |
| 8.4 | - | - | Как проводить профилактику контр-предложения (1) |

2.5. Оценка качества освоения программы (формы аттестации, оценочные и методические материалы)

2.5.1. Форма(ы) промежуточной и итоговой аттестации

Итоговая аттестация проводится в форме экзамена в виде теста.

2.5.2. Оценочные материалы

Критерии оценки уровня освоения программы.

- Минимальный уровень – соответствует оценке «удовлетворительно» и обязательный для всех слушателей по завершении освоения программы обучения.

- Базовый уровень – соответствует оценке «хорошо» и характеризуется превышением минимальных характеристик сформированности компетенции.
- Повышенный уровень – соответствует оценке «отлично» и характеризуется максимально возможной выраженностью компетенции, важен как качественный ориентир для самосовершенствования.

Оценка «зачтено» соответствует одному из уровней сформированности компетенций: минимальный, базовый, повышенный.

Оценка «не зачтено» ставится слушателю, имеющему существенные пробелы в знании основного материала по программе, а также допустившему принципиальные ошибки при изложении материала.

2.5.3. Методические материалы

«Положение об итоговой аттестации слушателей по дополнительным образовательным программам в Негосударственном частном образовательном учреждении высшего образования «Технический университет УГМК».

Электронный курс по теоретической части программы.

3. ОРГАНИЗАЦИОННО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ

3.1. Материально-технические условия

| Наименование специализированных учебных помещений | Вид занятий | Наименование оборудования, программного обеспечения |
|---|----------------------|--|
| Отсутствуют | Практические занятия | Компьютер, подключенный к сети Интернет, интернет-браузер. |

3.2. Учебно-методическое и информационное обеспечение:

Баскина Т. Техники успешного рекрутмента - Издательство "Альпина Паблишер", 2014 г. – 288 с. - ISBN: 978-5-9614-4540-4 - Текст : непосредственный.

Симченко Н. А., Острик В. Ю., Шаповалова И. М. Технологии рекрутинга: учебное пособие, Крымский федеральный университет имени В. И. Вернадского - Симферополь : Издательский дом КФУ, 2020. — 120 с. — ISBN 978-5-6044947-4-5 - Текст : непосредственный.

2. Агеева Ю. В. Собеседование в рекрутинге: коммуникативные стратегии и тактики ; Издательство "ФЛИНТА", 2016. – 256 с. – ISBN 978-5-9765-2542-9 – Текст : непосредственный.

3.3. Условия для функционирования электронной информационно-образовательной среды:

| Электронные информационные ресурсы | Вид занятий | Наименование оборудования, программного обеспечения |
|---|----------------------|--|
| Электронно-информационная образовательная система | Практические занятия | Компьютер, подключенный к сети Интернет, интернет-браузер. |

4. РУКОВОДИТЕЛЬ И СОСТАВИТЕЛИ ПРОГРАММЫ

Руководитель программы: Попова С.Б., ведущий специалист отдела дистанционного обучения.

Составитель программы: Иванова Т.А., УГМК, Начальник отдела подбора персонала. Управление кадровых технологий.