САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

**Отзыв на выпускную квалификационную работу бакалавра**

на тему

**«HR-бренд в организации»,**

**АКЫОЛ Мехмет Ибрагимович**

Направление 38.03.03 «Управление Персоналом» Основная образовательная программа бакалавриата «Управление персоналом»

**1.Соответствие цели, задач и результатов исследования требованиям образовательного стандарта СПбГУ и образовательной программы в части овладения установленными компетенциями**

Соответствуют

**2. Обоснованность структуры и логики исследования**

Структура и логика работы выстроены в соответствии с поставленными целями и задачами ВКР.

**3. Наличие вклада автора в результаты исследования с учетом результатов проверки ВКР на предмет наличия/отсутствия неправомерных заимствований**

Проверка на плагиат в системе BlackBoard Learn показала уровень совпадений в 16%. Анализ показал, что они не связаны с заимствованием больших текстовых фрагментов, а в основном это совпадения, обусловленные использованием библиографического аппарата.

**4.Новизна и практическая значимость исследования**

HR-бренд и HR-брендинг являются новым направлением теоретических и практических исследований в маркетинге и управлении персоналом. В ВКР соискателем был собран, обобщен, актуализирован большой массив данных о формировании взглядов российских маркетологов, а также опыте разработки HR –бренда и первых шагах внедрения процесса HR-брендингав российских компаниях.

В работе поднимается достаточно дискуссионный вопрос о необходимости и возможности формирования HR-бренда для малого бизнеса. И если создание и управление всеми элементами бренда компании как работодателя для малого предприятия, действительно, является проблематичным, то управляемый имидж – вполне достижимая цель, которая может принести долгосрочный эффект для бизнеса компании. В свою очередь, первым шагом в этом направлении должно стать систематизированное управление персоналом предприятия.

Разработка понятийного аппарата, методологии оценки HR-бренда в сочетании с попыткой их практического осмысления и применения к реально функционирующему бизнесу определяют новизну и практическую значимость ВКР М.Акыола.

**5.** **Корректность использования методов исследования и анализа экономической информации**

В выпускной квалификационной работе отражены основные этапы проведенного маркетингового исследования, цель которого - основываясь на современных методиках и подходах к оценке HR – бренда организации, провести анализ наличия HR – бренда в компании ООО «ОГМ» и разработать предложения по его формированию. Оно базируется на корректном применении основного инструментария маркетингового анализа, в частности, SWOT- анализа, анализа внешней среды компании, методов сбора и анализа вторичной и первичной информации (аналитические отчеты, анкетирование, интервью).

**6.Актуальность используемых информационных источников**

………………………………………………………………………..

Список литературы, приведенный в конце работы, является актуальным, т.е. соответствующим современному видению теоретических и практических вопросов управления персоналом и HR-маркетинга. Актуальность также состоит в том, что перечисленные источники действительно были использованы при подготовке и написании ВКР.

**7.Соответствие предъявляемым требованиям к оформлению ВКР**

В целом, соответствует.

**8.Соблюдение графика выполнения ВКР**

В целом соблюден.

**9.Допуск к защите и оценка работы**

Работа может быть допущена к защите. Текст работы может быть оценен на оценку «хорошо» (С).

**Научный руководитель**

**к.э.н, доцент кафедры экономической теории СПбГУ,**

**\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Лукичёва Татьяна Алексеевна**

23.05.2018