|  |
| --- |
| Приложение № 6  к приказу Заместителя Председателя Правления Национальной палаты предпринимателей  Республики Казахстан «Атамекен»  от 18.12.2019 № 255 |
| **Профессиональный стандарт «Бренд работодателя»** |
| **Глоссарий:**  В настоящем профессиональном стандарте применяются следующие термины и определения:  **Управление человеческими ресурсами –** подход в управлении персоналом, при котором сотрудники рассматриваются как достояние компании в конкурентной борьбе, как человеческий потенциал, который необходимо мотивировать и развивать, чтобы достичь стратегических целей организации.  **Воздействие и влияние -** способность предпринимать разнообразные действия с целью убедить, повлиять, оказать воздействие или произвести на других определенное впечатление, чтобы добиться согласия и поддержки своих предложений.  **Клиентоориентированность -** способность и желание помочь клиенту, выявить его потребности, и удовлетворить его запросы, готовность предоставить клиенту желаемое обслуживание, принять личную ответственность за немедленное решение проблем клиента, не занимая при этом оборонительных позиций, делать больше, чем от него ожидает клиент.  **Аналитическое мышление** - способность рассматривать ситуации, явления и последствия, выделяя структурируя и систематизируя их составные части, сопоставляя различные факторы; способность к рациональной расстановке приоритетов; способность к определению временных взаимосвязей и последовательностей, причинно-следственных связей.  **Понимание бизнеса** - понимание специфики работы компании, ее конкурентных преимуществ, позиций на рынке и стратегических приоритетов. Понимание внутренних бизнес-процессов, своей роли в их реализации.  **Стратегическое мышление** - способность думать на несколько шагов вперед, находить новые возможности для развития организации, стремление к достижению высоких результатов на краткосрочной основе и способствование устойчивому развитию организации на долгосрочный период; предвидение изменений на рынке и предвосхищает проблемных ситуаций.  **Гибкость -** способность адаптироваться и эффективно работать в различных ситуациях, с разными людьми или группами, способность понимать и принимать во внимание различные, в том числе противоположные мнения, адаптацию собственного подхода в соответствии с требованиями изменившейся ситуации, способность инициировать или с готовностью воспринимать изменения в своей организации или в своей работе.  **Ориентация на результат** - стремление соответствовать установленным стандартам или превосходить их, способность создавать собственные критерии качества для измерения результатов, повышать показатели эффективности своей работы, ставить перед собой амбициозные цели, решать сложные задачи, стремление к самосовершенствованию – умение находить способы выполнения задач лучше, проще, быстрее и качественнее, устраняя бюрократические преграды.  **Лидерство –** способность вдохновлять на достижение поставленных целей, эффективно организовать рабочие процессы в коллективе, оказывать поддержку сотрудникам, брать на себя ответственность за принятие решений, результаты и их последствия.  **Бренд работодателя** – целевой образ компании в качестве работодателя в глазах потенциальных и действующих работников, создаваемый компанией для привлечения и удержания необходимых работников.  **Брендинг** - комплекс последовательных мероприятий, направленных на создание целостного и востребованного потребителем имиджа работодателя; управление брендом работодателя.  **Аудит бренда работодателя -** это система исследований, которая позволяет оценить сильные и слабые стороны бренда с учётом восприятие всех целевых аудиторий, интересующих организацию.  **Ценностное предложение работодателя** (англ. EVP - Employee value proposition) –это набор преимуществ, благ, выгод, которые получают люди, работающие в компании, и которые воспринимаются ими как ценность.  **Поиск информации** - любознательность, стремление больше знать о явлениях, людях, проблемах, выходящих за рамки повседневных рабочих обязанностей, умение “раскопать” информацию или добиться точных сведений, прояснение спорных моментов, использование всех источников, которые могут дать нужную информацию, а также собственных налаженных методов получения информации.  **Привлечение потенциальных кандидатов** - комплекс процедур, мероприятий и действий, направленных на вызов интереса потенциальных кандидатов к вакантной позиции.  **Трудовые отношения** – совокупность отношений между работниками и работодателем, возникающих при осуществлении прав и обязанностей, предусмотренных трудовым законодательством Республики Казахстан, соглашениями, трудовым, коллективным договорами и актами работодателя.  **Управление трудовыми отношениями** – процесс целенаправленного прогнозирования, планирования, организации, координации и контроля деятельности организации, возникающий при осуществлении прав и обязанностей работников и работодателя.  **Целевая группа потенциальных кандидатов** – специалисты, привлекаемые для работы в компании и обладающие необходимыми для бизнеса организации личностными и профессиональными характеристика и свойствами.  **Репутация** - динамическая характеристика деятельности компании, складывающаяся в сознании людей с течением времени.  **Управление рисками** — процесс принятия и выполнения управленческих решений, направленных на снижение вероятности возникновения неблагоприятного результата и минимизацию возможных потерь проекта, вызванных его реализацией;  **Лучшие практики** – самые эффективные подходы к достижению поставленных целей, признаваемые всеми участниками рынка / отрасли.  **Создание взаимопонимания** – стремится к пониманию окружающих, демонстрирует уважительное отношение к другим, признавая уникальность каждого индивидуума.  **Коммуникации** - знания, навыки, способности и другие характеристики (KSAO), создающие и предоставляющие эффективные краткие и информативные сообщения, способствующие к выслушиванию и решению проблем, а также передачи и перевода информации от одного уровня или подразделения организации к другому.  **Гибкость** - способность адаптироваться и эффективно работать в различных ситуациях, с разными людьми или группами, способность понимать и принимать во внимание различные, в том числе противоположные мнения, адаптацию собственного подхода в соответствии с требованиями изменившейся ситуации, способность инициировать или с готовностью воспринимать изменения в своей организации или в своей работе.  **Бизнес – контекст –** особенности деятельности компании и внешней среды, влияющие на ее эффективность.  **Брендбук –** официальный документ организации, в котором описывается концепция бренда, атрибуты бренда, целевая аудитория, позиционирование организации и другие данные, которыми руководствуется организация для построения коммуникации с клиентами/стейкхолдерами и развития организации в целом. |
| 1. **Паспорт профессионального стандарта** |

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Название профессионального стандарта | | | Бренд работодателя | | | | |
| Номер профессионального стандарта | | | - | | | | |
| Название секции, раздела, группы, класса и подкласса, согласно ОКЭД | | | М. Профессиональная, научная и техническая деятельность  70. Деятельность головных компаний; консультирование по вопросам управления  70.2 Деятельность по консультированию по вопросам управления  70.22 Консультирование по вопросам коммерческой деятельности и прочее консультирование по вопросам управления  70.22.1 Консультирование по вопросам коммерческой деятельности и управления  N. Деятельность в области административного и вспомогательного обслуживания  78. Трудоустройство  78.1 Деятельность агентств по трудоустройству  78.10 Деятельность агентств по трудоустройству  78.10.0 Деятельность агентств по трудоустройству | | | | |
| Краткое описание профессионального стандарта | | | Управление имиджем организации в глазах партнёров, потенциальных сотрудников и других ключевых стейкхолдеров. | | | | |
| 1. **Карточки профессий** | | | | | | | |
| Перечень карточек профессий: | | | Менеджер по управлению HR брендом | | | | 6 уровень ОРК |
| **Карточка профессии:**  **«Менеджер по управлению HR брендом»** | | | | | | | |
| Код: | | - | | | | | |
| Код группы: | | - | | | | | |
| Профессия: | | Менеджер по управлению HR брендом | | | | | |
| Другие возможные наименования профессии: | | 2422-1-002 Аналитик по управлению персоналом  2422-1-007 Кастинг-менеджер  2422-1-015 Специалист по кадровым вопросам  2422-1-017 Специалист по найму  2422-1-021 Специалист по работе с персоналом  2422-1-023 Специалист по трудовым ресурсам  2422-1-024 Специалист по трудоустройству уволенного персонала  2631-0-003 Аналитик рынка труда | | | | | |
| Квалификационный уровень по ОРК: | | 6 | | | | | |
| Основная цель деятельности | | Планирование, управление, реализация и координация процессов, процедур и действий, направленных на формирование, развитие и поддержку бренда работодателя. | | | | | |
| Трудовые функции: | | Обязательные трудовые функции: | | | 1. Разработка, развитие и продвижение бренда работодателя 2. Разработка коммуникационной стратегии 3. Продвижение бренда работодателя, корректировка политики бренда с учётом стратегии развитии организации, оценка эффективности | | |
| Дополнительные трудовые функции: | | | - | | |
| **Трудовая функция 1:**  Разработка, развитие и продвижение бренда работодателя | | **Задача 1:**  Аудит бренда работодателя | | | **Умения:** | | |
| 1. Исследование восприятия имиджа потенциальными работниками организации 2. Анализ восприятия и трансляции имиджа нынешними и бывшими работниками организации 3. Анализ результатов исследования вовлеченности работников 4. Взаимодействие и анализ видения высшего руководства о желаемом бренде организации как работодателя 5. Анализ имиджа организации на фоне конкурентов 6. Постоянный мониторинг мнений о бренде организации во внешней среде 7. Использование данных анализа корпоративной культуры организации 8. Трансляция результатов аудита в ценностное предложение работодателя 9. Консультирование руководителей по развитию и продвижению бренда работодателя 10. Взаимодействие с заинтересованными сторонами по вопросам бренда работодателя | | |
| **Знания:** | | |
| 1. Основы менеджмента, организационного поведения, маркетинга, социальной психологии, экономики 2. HR процессы поиска и подбора персонала, высвобождения работников другие HR-процессы 3. Концепция устойчивого развития 4. Подходы к исследованию рынка труда 5. Методология исследования бренда работодателя 6. Методология исследования вовлеченности персонала | | |
| **Задача 2:**  Разработка ценностного предложения работодателя | | | **Умения:** | | |
| 1. Участие в определении миссии и ценностей организации 2. Определение сильных и слабых сторон, и выявление конкурентных преимуществ организации 3. Определение целевой аудитории работодателя 4. Формулировка ценностного предложения работодателя и позиционирование HR бренда 5. Участие в разработке HR брендбука и внедрение в основной брендбук 6. Консультирование руководителей по вопросам ценностного предложения работодателя 7. Взаимодействие с заинтересованными сторонами по вопросу моделирования ценностного предложения работодателя | | |
| **Знания:** | | |
| 1. Основы маркетинга, экономики, психологии 2. Методы определения целевой аудитории работодателя, ее характеристик и особенностей 3. Миссия и ценности организации 4. Процессы в области управления персоналом 5. Профиль конкурентов, ситуация на рынке труда | | |
| **Задача 3:**  Планирование и бюджетирование брендинга | | | **Умения:** | | |
| 1. Планирование мероприятий и работ по разработке, развитию и продвижению бренда работодателя с учётом стратегических целей и операционной модели бизнеса 2. Анализ и планирование затрат на развитие и продвижение бренда работодателя на краткосрочный, среднесрочный и долгосрочный периоды 3. Мониторинг расходов на мероприятия, направленные на продвижение и развитие бренда работодателя | | |
| З**нания:** | | |
| 1. Основы и методики маркетинга, социальной психологии и психологии восприятия 2. Основы бюджетирования 3. Управление изменениями 4. Основы PR (паблик релейшнс) 5. Методы и техники организации и проведения мероприятий по развитию и продвижению бренда работодателя | | |
| **Задача 4:**  Консультирование и обучение всех заинтересованных лиц по вопросам бренда работодателя | | | **Умения:** | | |
| 1. Выстраивание партнерских отношений с участниками процесса продвижения бренда работодателя 2. Ведение переговоров и презентаций 3. Определение приоритетов в продвижении бренда работодателя совместно с руководителями,согласно стратегическим целям бизнеса 4. Консультирование/обучение заинтересованных сторон принципам и методам продвижения бренда работодателя | | |
| **Знания:** | | |
| 1. Основы маркетинга, психологии 2. Стратегические цели бизнеса 3. Принципы и методы продвижения бренда работодателя 4. Инструменты продвижения бренда работодателя 5. Управление изменениями | | |
| **Трудовая функция 2:**  Разработка коммуникационной стратегии | | **Задача 1:**  Определение каналов коммуникации для продвижения бренда работодателя с учётом задач организации и целевых групп | | | **Умения**: | | |
| 1. Выстраивание медиа-стратегии продвижения бренда работодателя 2. Определение целевых групп, их характеристик, особенностей, ожиданий 3. Использование наиболее эффективных каналов коммуникации для каждой целевой группы и разработка плана коммуникаций для продвижения бренда работодателя в партнерстве с заинтересованными сторонами | | |
| **Знания:** | | |
| 1. Основы маркетинга, PR (паблик релейшнс) и медиа планирования 2. Основы проектного менеджмента и бизнес планирования 3. Методы и способы определения целевых групп, их характеристик и особенностей и предпочтительных каналов коммуникации | | |
| **Задача 2:**  Разработка контент-стратегии | | | **Умения:** | | |
| 1. Участие в разработке концепции наполнения интернет-портала, внешних сайтов, страниц организации в социальных сетях в партнерстве с заинтересованными сторонами 2. Планирование информационных поводов для написания новостей о происходящих событиях в организации совместно с заинтересованными сторонами 3. Участие в разработке контент-стратегии для внутренних каналов организации | | |
| **Знания:** | | |
| 1. Основные инструменты PR (паблик релейшнс) и маркетинга 2. Основы психологии восприятия 3. Методы разработки контент-стратегии | | |
| **Задача 3:**  Разработка и планирование мероприятий по продвижению бренда работодателя | | | **Умения:** | | |
| 1. Разработка и планирование программ продвижения бренда по взаимодействию с профессиональными сообществами, с вузами, участия в ярмарках вакансий и подобных мероприятиях 2. Разработка и планирование мероприятий по продвижению бренда с другими организациями (при необходимости) 3. Разработка и планирование мероприятий, направленных на трансляцию корпоративных ценностей, повышение вовлеченности работников организации 4. Содействие развитию эффективных коммуникаций внутри организации 5. Участие в разработке и планирование корпоративных мероприятий, содействующих поддержке и продвижению бренда работодателя | | |
| **Знания:** | | |
| 1. Основы маркетинга, PR (паблик релейшнс) 2. Основы организационного поведения, психологии 3. Основы управления изменениями | | |
| **Трудовая функция 3:**  Продвижение бренда работодателя, корректировка политики бренда с учётом стратегии развитии организации, оценка эффективности | | **Задача 1:**  Реализация контент-стратегии | | | **Умения:** | | |
| 1. Реализация концепции наполнения интернет-портала, внешних сайтов, страниц организации в социальных сетях в партнерстве с заинтересованными сторонами 2. Создание информационных поводов, подготовка контента новостей о происходящих событиях в организации совместно с заинтересованными сторонами 3. Реализация контент-стратегии для внутренних каналов организации | | |
| **Знания:** | | |
| 1. Основные инструменты PR и маркетинга 2. Социальные сети и их характеристики 3. Методы создания информационных поводов 4. Внутренние каналы коммуникации и их характеристики | | |
| **Задача** **2:**  Реализация мероприятий по продвижению бренда работодателя | | | **Умения**: | | |
| 1. Планирование и организация брендинговых программ по взаимодействию с профессиональными сообществами, с вузами, участия в ярмарках вакансий и подобных мероприятиях 2. Реализация брендинговых мероприятий с другими организациями (при необходимости) 3. Реализация мероприятий, направленных на трансляцию корпоративных ценностей, повышение лояльности работников организации 4. Поддержка эффективных коммуникаций внутри организации 5. Реализация корпоративных мероприятий, содействующих продвижению бренда работодателя 6. Получение обратной связи по реализации брендинговых мероприятий от всех заинтересованных сторон и участников процесса | | |
| **Знания:** | | |
| 1. Основы маркетинга, PR (паблик релейшнс) 2. Основы организационного поведения 3. Основы трансформационного менеджмента | | |
| **Задача 3:**  Анализ и корректировка процесса продвижения бренда работодателя | | | **Умения:** | | |
| 1. Мониторинг и анализ восприятия бренда работодателя внешними целевыми группами и работниками организации 2. Прогноз рисков в продвижении бренда работодателя и минимизирование нежелательных изменений в восприятии бренда работодателя совместно с заинтересованными сторонами 3. Исследование динамики восприятия бренда работодателя и внесение корректив в процесс продвижения бренда работодателя | | |
| **Знания:** | | |
| 1. Основы социологии 2. Основы работы с большими данными 3. Основы анализа восприятия бренда работодателя | | |
| **Задача 4:**  Оценка эффективности процесса брендинга работодателя | | | **Умения:** | | |
| 1. Анализ метрик брендинга работодателя, проведение HR-аналитики 2. Анализ факторов, влияющих на возникновение рисков касательно бренда работодателя, с целью выбора оптимальных управленческих решений 3. Мониторинг и контроль планирования и бюджетирования бренда работодателя | | |
| **Знания:** | | |
| 1. Основы анализа факторов риска 2. Метрики брендинга работодателя | | |
| Требования к личностным компетенциям | | Воздействие и влияние  Клиентоориентированность  Аналитическое мышление  Понимание бизнеса  Ориентация на результат  Гибкость | | | | | |
| Связь с другими профессиями в рамках ОРК | | 5 | | Вспомогательный профессиональный персонал по управлению человеческими ресурсами | | | |
| 6 | | Менеджер по внутренним коммуникациям | | | |
| 6 | | Менеджер по управлению корпоративной культурой | | | |
| 6 | | Менеджер по управлению изменениями | | | |
| 6 | | Менеджер по HR-цифровизации | | | |
| 6 | | Аналитик бизнес и трудовых процессов | | | |
| 6 | | HR дженералист | | | |
| 6 | | Консультант по менеджменту | | | |
| 7 | | HR бизнес-партнер | | | |
| 8 | | Директор по управлению персоналом | | | |
| Связь с ЕТКС, КС или другими справочниками профессий | | - | | - | | | |
| Связь с системой образования и квалификации | | Уровень образования:  высшее | | Специальность:  - | | Квалификация:  - | |
| 1. **Технические характеристики Профессионального стандарта** | | | | | | | |
| Разработано: | **Организация:** ОО «Ассоциация HR (ЭйчАр) – менеджеров»;  **Исполнитель/руководитель проектов:** Сулеева Г./Кайсенова Г.  **Контактные данные исполнителя:**  gulsu@mail.ru, +7 777 258 1111 | | | | | | |
| Экспертиза предоставлена: | **Организация:** BCPD AIFC  **Эксперт:** Асия Карибай  **Контактные данные:** a.karibay@aifc.kz  **Организация:** ЧУ «Центр социального взаимодействия и коммуникаций» при АО «Самрук-Казына»  **Эксперт:** Искендирова Сандугаш  **Контактные данные:** +7 775 999 3953,sandugash.iskendir@gmail.com | | | | | | |
| Номер версии и год выпуска: | Версия 1, 2019 год | | | | | | |
| Дата ориентировочного пересмотра: | 2022 год | | | | | | |