

**Ссылка для цитирования этой статьи:**

Шостак М.А. Применение копирайтинга в управлении человеческими ресурсами: теоретико-методические аспекты // Human Progress. 2025. Том 11, Вып. 11. URL: [http://progress-human.com/images/2025/Tom11\\_11/Shostak.pdf](http://progress-human.com/images/2025/Tom11_11/Shostak.pdf) DOI 10.46320/2073-4506-2025-11a-5.

УДК 331.108:81'42

## **ПРИМЕНЕНИЕ КОПИРАЙТИНГА В УПРАВЛЕНИИ ЧЕЛОВЕЧЕСКИМИ РЕСУРСАМИ: ТЕОРЕТИКО- МЕТОДИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ**

**Шостак Марина Анатольевна**

старший преподаватель кафедры менеджмента, сервиса и туризма,  
Херсонский государственный педагогический университет  
Херсонская область, Российская Федерация

**Аннотация.** Работа посвящена исследованию теоретико-методических аспектов копирайтинга в управлении человеческими ресурсами. Проанализировано и раскрыто содержание HR-копирайтинга как маркетингового инструмента управления персоналом, специализированной формы копирайтинга, направленной на решение HR-задач предприятия. Выделены основные HR-задачи, на решение которых направлено применение HR-копирайтинга в практике управления человеческими ресурсами. Структурирована целевая аудитория, в отношении которой следует применять различные коммуникативные установки. Рассмотрены основные инструменты HR-копирайтинга, позволяющие привлекать талантливых сотрудников, улучшать корпоративную культуру и повышать уровень вовлеченности персонала. Систематизирована сфера применения HR-копирайтинга на основе каналов распространения информации. Предложены основные направления применения HR-копирайтинга, соотнесенные с базовыми HR-процессами на предприятии. Представлен обзор успешных практик применения инструментов HR-копирайтинга современными предприятиями различных сфер деятельности.

**Ключевые слова:** копирайтинг, HR-копирайтинг, управление, человеческие ресурсы.

**JEL коды:** M1, M2, M3, M5.

### **Введение**

Сегодня успех предприятий определяется качеством их человеческого капитала. Именно сотрудники как HR-ресурс формируют конкурентные преимущества организации,

определяют темпы роста бизнеса и эффективность операционной деятельности. Для привлечения лучших соискателей, удержания ценных работников и поддержания высокого уровня мотивации используются разнообразные методы и технологии управления персоналом. Одним из эффективных инструментов является особый вид профессиональной HR-коммуникации, направленный на создание привлекательного образа работодателя среди потенциальных кандидатов и текущих сотрудников - HR-копирайтинг.

Цель исследования заключается в исследовании теоретико-методических аспектов применения HR-копирайтинга в управлении персоналом современных предприятий.

Достижению указанной цели способствовало решение следующих задач:

- анализ и определение содержания понятия «HR-копирайтинг», а также его роли в повышении эффективности деятельности предприятий;
- выделение основных HR-задач, на решение которых направлено применение HR-копирайтинга;
- исследование структуры целевой аудитории;
- выделение основных инструментов, приемов и систематизация сферы применения HR-копирайтинга;
- определение основных направлений применения HR-копирайтинга в соотношении с базовыми HR-процессами на предприятии;
- обзор успешных практик применения инструментов HR-копирайтинга современными предприятиями.

Методология настоящего исследования основана на комплексном подходе, включающем теоретический анализ существующих концепций и эмпирическое изучение практики применения HR-копирайтинга в управлении персоналом современных предприятий. Основные этапы методологии включают:

1. Анализ теоретической базы. Проведен анализ информационных источников (научной и бизнес-литературы), посвященной вопросам маркетинга, управления человеческими ресурсами и коммуникаций [1], [2], [5], [15], [16], [17], [22], [24]. Особое внимание уделено следующим аспектам: определение понятия HR-копирайтинга и его места среди современных инструментов маркетинга и управления персоналом; изучение ключевых характеристик и выявление основных направлений развития теории HR-копирайтинга, и определение перспективных областей исследований.

2. Эмпирическая часть исследования включает проведение анализа успешности внедрения HR-копирайтинга на предприятиях различных отраслей экономики. Используются

методы экспертного оценивания отрывкой информации и публикаций предприятий, активно использующих HR-копирайтинг [4], [6], [7], [11], [14], [18], [23], [27], [28].

3. Классификация и систематизация. Представлена классификация целевой аудитории, применительно к различным видам коммуникации, используемым в рамках HR-копирайтинга. Это позволило выявить наиболее эффективные способы воздействия на каждую группу работников и кандидатов на работу. Проведена систематизация основных направлений применения копирайтинга в управлении человеческими ресурсами относительно базовых HR-процессов.

4. Практические рекомендации. На основании проведенного анализа предложены практические рекомендации по применению HR-копирайтинга в различных сферах деятельности предприятий. Эти рекомендации включают:

- рекомендации по выбору эффективных каналов распространения информации;
- примеры успешного опыта применения HR-копирайтинга различными компаниями;
- общие принципы разработки стратегии HR-коммуникаций с использованием HR-копирайтинга.

Таким образом, методология исследования позволяет всесторонне изучить теоретико-методические аспекты применения HR-копирайтинга в управлении человеческими ресурсами и определить дальнейшие направления исследования практики применения.

## **Основная часть**

Содержание понятия. Несмотря на активность применения в профессиональной бизнес-среде (маркетинге, рекламе, управлении персоналом и др.), термин «HR-копирайтинг» не имеет однозначной трактовки в научной терминологии. Данный факт объясняется тем, что термин «копирайтинг», участвующий в образовании исследуемого понятия, носит скорее прикладной, практический, а не научный контекст употребления. Анализ информационных источников [9], [10], [13], [21] позволяет утверждать, что настоящее время копирайтинг представляет собой отдельную область знаний, возникшую на пересечении маркетинга и коммуникативистики, целью которой является создание и развитие социальной коммуникации. Как отмечает, Штукарева Е.Б. [24] различные подходы к содержанию термина «копирайтинг» объединяет понимание того, что это процесс создания текста в соответствии с определенными требованиями заказчика с четкой коммуникативной установкой, нацеленной на информирование, побуждение приобрести товар или услуги, возбуждение интереса к теме, продукту, личности.

В практике деятельности современных предприятий, связанной с управлением человеческими ресурсами, HR-копирайтинг выступает как специализированная форма копирайтинга, направленная на решение HR-задач. Результатом HR-копирайтинга являются маркетинговые тексты, созданные для решения конкретных задач в сфере управления персоналом:

- формирование положительного имиджа организации как работодателя;
- повышение привлекательности рабочих мест и карьерных возможностей;
- увеличение числа откликов на вакансии;
- улучшение взаимодействия с сотрудниками посредством вовлекающего контента.

Являясь маркетинговым инструментом в HR-сфере, HR-копирайтинг в значительной мере способствует реализации принципа клиентоориентированности в отношении соискателей, сотрудников («внутренних клиентов») предприятия, что достигается путем применения той или иной коммуникативной HR-установки при создании текста. Коммуникативная установка в работе современного HR-специалиста определяет характер текста: информационный, презентационный, рекламный, имиджевый, продающий, убеждающий. По аналогии с маркетингом, в качестве триггеров в HR-копирайтинге могут выступать: социальное доказательство (например, высокий рейтинг работодателя на рабочих сайтах), дефицит, авторитет, принцип взаимности и др.

Таким образом, HR-копирайтинг следует рассматривать как процесс создания текстов с четкой коммуникативной HR-установкой в отношении сотрудников, соискателей, общественности (информирование, побуждение к действиям, возбуждение интереса и др.), направленный на решение отдельных HR-задач предприятия.

Эффективный HR-копирайтинг предполагает понимание особенностей восприятия целевой аудитории, знание основ психологии мотивации и потребностей человека, умение использовать методы убеждения и аргументации для достижения целей предприятия в области управления человеческими ресурсами.

Основными функциями HR-копирайтинга являются привлечение талантов, формирование позитивного имиджа работодателя, развитие внутреннего потенциала сотрудников, оптимизация процессов рекрутмента и адаптации новых сотрудников. Через грамотно составленные вакансии, публикации в корпоративных изданиях, социальные сети и другие формы коммуникации компания формирует доверие и интерес со стороны целевых групп [12].

Ориентация HR-копирайтинга на конкретную целевую аудиторию предполагает ее четкую структуризацию:

- внешняя: соискатели, партнеры, широкая общественность;
- внутренняя: сотрудники предприятия.

Объект и предмет HR-копирайтинга. Исходя из того, что HR-копирайтинг является маркетинговым инструментом в управлении персоналом, его объектом является сознание обозначенной выше целевой аудитории (внешней и внутренней), которое осуществляется воздействие посредством текста. Соответственно, предмет копирайтинга составляет создание текстов, способных формировать желаемые поведенческие модели аудитории.

Основные направления применения. Анализ коммуникативных установок в контексте применения к той или иной целевой аудитории, позволяет выделить основные направления применения HR-копирайтинга, которые соотносясь с различными HR-процессами, обеспечивают решение конкретных задач в области управления персоналом:

1. Подготовка текста объявления о вакансии, предложения о работе (рекрутинг).
2. Подготовка текстов постов в соцсетях, объявлений в мессенджерах, на корпоративном или карьерном сайтах предприятия: например, с информацией о планируемом корпоративном мероприятии, с благодарностью сотрудникам за достигнутый результат и др. (мотивация, корпоративная культура).
3. Подготовка текстов при оформлении общего рабочего пространства предприятия (адаптация, мотивация).
4. Разработка материалов презентаций, определяющих ценности и корпоративную идентичность (мотивация, корпоративная культура).
5. Подготовка текстов при проведении тренингов (обучение, мотивация).
6. Подготовка публикаций в СМИ, направленных на формирование HR-бренда предприятия (HR-брендинг).

Отметим, что наибольшее распространение и применение HR-копирайтинг получил в процессе поиска и подбора персонала, приобретя отдельный термин «рекрутинг-копирайтинг». Основная задача рекрутинг-копирайтинга заключается в формировании текста объявления о вакансии. По данным исследования HeadHunter [27], почти половина соискателей принимают решение о трудоустройстве исходя из качества описания вакансии. Соответственно, создание привлекательных и информативных вакансий становится важнейшим элементом стратегии рекрутмента. Важна не только правильная подача профессиональных требований, но и формирование позитивного образа работодателя через контент, отражающий миссию, ценности и атмосферу предприятия. Результаты других

исследований показывают, что качественно подготовленные вакансии повышают количество кандидатов до 80%, увеличивают скорость подбора персонала и снижают затраты на рекрутмент [19].

Основными инструментами HR-копирайтинга выступают:

- текстовые материалы на сайте предприятия (страницы о карьере, описание корпоративных ценностей);
- описания вакансий;
- контент социальных сетей и специализированных платформ (hh.ru [27], Superjob [29], Авито.Работа [3] и др.);
- внутренние коммуникации (корпоративные рассылки, интранет-порталы).

Эффективность этих инструментов зависит от правильного выбора стиля изложения, грамотного структурирования информации и способности вызвать эмоциональный отклик у читателей. Важно использовать неформальные элементы, иллюстрации, кейсы успеха сотрудников, чтобы сделать материал привлекательным и запоминающимся.

Например, компания «Яндекс» активно применяет креативные подходы в описании вакансий, подчеркивая нестандартность условий труда («Мы делаем работу удобной и интересной») и подчёркивая технологичность компании («Наши проекты меняют мир»). Это позволяет привлечь внимание целевых кандидатов и повысить узнаваемость бренда [26].

Вышеизложенное позволяет выделить сферу и каналы применения HR-копирайтинга:

1) Интернет-сайты: корпоративные (например, разделы: «Работа» или «Вакансии»); карьерные (ориентированные на сотрудников предприятия); работные/job-платформы (сайты для поиска работы и работников).

2) Социальные сети: корпоративные и профессиональные группы, сообщества.

3) Мессенджеры: группы или отдельные каналы с объявлениями о вакансиях; группы и каналы профессиональных сообществ (как в HR-сфере, так и в отдельных отраслях и сферах деятельности); внутрикорпоративные беседы, чаты, группы.

4) СМИ: публикации, направленные на формирование и поддержание HR-бренда (имиджа работодателя); репортажи и др. материалы аудиовизуального характера о работе на том или ином предприятии; объявления о вакансиях.

5) Печатная рекламная продукция (буклеты, брошюры, листовки) и др.

Развитие цифровых технологий значительно расширило возможности HR-копирайтинга. Сегодня многие организации активно используют веб-сайты, социальные сети, профессиональные сообщества и мессенджеры для продвижения своего бренда работодателя.

Цифровая среда позволяет персонализировать подход к каждому кандидату, оперативно реагировать на запросы рынка труда, эффективно управлять обратной связью от сотрудников и соискателей [20].

Приемы и способы HR-копирайтинга. В практике HR-копирайтинга применяются различные приемы и способы:

- создание увлекательного формата описания вакансий с элементами сторителлинга и визуализации;
- регулярное обновление страницы карьеры на официальном сайте компании;
- проведение конкурсов и акций среди сотрудников с целью стимулирования активности и повышения интереса к работе;
- организация вебинаров и онлайн-встреч для продвижения вакансий и укрепления связей внутри коллектива.

Согласно исследованию Института проблем занятости РАНХиГС [25], компании, использующие продвинутые формы HR-копирайтинга, демонстрируют более высокий уровень удовлетворённости сотрудников работой, сниженный уровень текучести кадров и рост производительности труда.

Практика применения HR-копирайтинга. Многие российские компании в различных сферах уже внедрили успешные практики HR-копирайтинга. Рассмотрим примеры.

- Банковская сфера: «Сбербанк» регулярно публикует яркие истории успехов сотрудников, проводит конкурсы профессионального мастерства и привлекает молодых специалистов за счет качественных материалов о возможностях развития и обучения [18]. Благодаря этому подходу банк укрепляет репутацию надёжного работодателя и формирует сильную команду профессионалов.

- Торговля и розничная продажа товаров: сетевые магазины продуктов питания «X5 Retail Group» успешно применяют HR-копирайтинг для укрепления бренда работодателя и повышения вовлечённости сотрудников. Внутренние издания компании содержат вдохновляющие интервью сотрудников, публикации о социальной ответственности и льготах, которые привлекают внимание действующих и будущих членов коллектива. Используется стилистически яркий и убедительный язык, поддерживающий идею единства компании и её коллег [23].

- Финансовая сфера: Банк ВТБ активно применяет копирайтинговые подходы в процессе подбора персонала. Сообщения о вакансиях построены таким образом, чтобы показать перспективы профессионального роста, уникальные возможности и комфортные

условия работы. Важным элементом являются отчеты о социальных программах поддержки сотрудников, подробное освещение технологий принятия управленческих решений и корпоративных стандартов [4].

- **Инновационное производство:** предприятие «Росатом» активно привлекает молодых специалистов благодаря продуманному контенту, направленному на создание позитивного представления о себе как надёжном и прогрессивном работодателе. Включены материалы о передовых исследованиях, учебных мероприятиях, достижениях конкретных сотрудников, создающие представление о стабильности, высоком уровне квалификации и лидерстве компании [7].

- **Инновационный сектор и стартапы:** многие российские стартапы используют нестандартные подходы в HR-копирайтинге для привлечения высококлассных специалистов. Так, проект «Skyeng» формирует уникальный бренд работодателя посредством рассказов реальных историй сотрудников, транслирует ценности открытости, новаторства и творческого подхода к решению задач [28].

- **Высокотехнологическое производство:** машиностроительная корпорация «Ростех» внедряет систему эффективного HR-копирайтинга для продвижения своей производственной культуры и технологических достижений. Кампании по рекрутингу строятся вокруг ярких примеров успешной интеграции инновационных решений и перспектив профессионального роста инженеров и технических специалистов [11].

- **Строительство и девелопмент:** группа компаний «ПИК» систематично работает над созданием уникального бренда работодателя, используя технику сторителлинга и активного PR-продвижения положительных отзывов сотрудников. Контент представлен в форме наглядных обзоров жилья, рассказов о социальном пакете и регулярном повышении компетенций сотрудников, создавая привлекательную картину компании как социально ответственного работодателя [6].

Результаты анализа успешных практик применения HR-копирайтинга позволяют заключить, что к его применению как к современному потенциально эффективному инструменту управления персоналом, прибегают преимущественно организации, имеющие высокий уровень управленческой культуры и активно использующие цифровые технологии в своей деятельности.

## Заключение

Несмотря на явные преимущества, внедрение HR-копирайтинга сталкивается с рядом трудностей. Среди основных проблем выделяются недостаток профессиональных компетенций в этой области, высокая конкуренция на рынке труда, необходимость постоянного обновления знаний и методов работы, трудности оценки результатов деятельности [9]. Следует подчеркнуть, что HR-копирайтинг является необходимым профессиональным навыком специалистов в области управления персоналом, который следует формировать и развивать. Для успешного функционирования HR-копирайтинга необходима постоянная работа HR-специалистов над развитием профессиональных навыков, адаптация методик к новым условиям цифрового мира и регулярная оценка достигнутых результатов. Стратегия HR-коммуникаций, выстроенная с использованием инструментов, приемов и практик HR-копирайтинга обеспечивает повышение эффективности управления человеческими ресурсами предприятия за счет совершенствования базовых HR-процессов, а именно, способствует: привлечению лучших кандидатов на должности (рекрутинг), стимулированию профессионального роста сотрудников (развитие), улучшению внутренней атмосферы (корпоративная культура), повышению лояльности и вовлечённости текущих сотрудников (адаптация, мотивация), формированию сильного бренда работодателя.

Таким образом, применение HR-копирайтинга становится необходимым инструментом, отвечающим вызовам современного общества и обеспечивающим значимое преимущество перед конкурентами в борьбе за таланты, устойчивость организации на рынке труда и достижении стратегических целей.

## Список литературы

1. Андреева О.Н., Макарова Е.И. Психология эффективной коммуникации в управлении персоналом // Журнал прикладной психологии. 2019. № 3. С. 67-75.
2. Арнольд Э.К. Методология и методика анализа эффективности управления человеческими ресурсами // Вопросы экономики и права. 2020. № 12. С. 125-131.
3. Авито.Работа: онлайн-платформа для размещения вакансий. URL: <https://www.avito.ru/all/vakansii?ysclid=mihaxt2see496264957> (дата обращения: 26.11.2025).
4. Банк «ВТБ»: официальный сайт (Раздел «Карьера в ВТБ»). Интернет-ресурс. URL: <https://rabota.vtb.ru> (дата обращения: 26.11.2025).
5. Бондаренко Н.В., Попова А.А. Роль HR-копирайтинга в формировании положительного имиджа работодателя // Вестник Саратовского социально-экономического университета. 2020. № 4 (8). С. 123-130.

6. ГК ПИК: сайт о карьере. Интернет-ресурс. URL: <https://pik.ru/job/> (дата обращения: 26.11.2025).
7. Единый карьерный портал Госкорпорации «Росатом». Интернет-ресурс. URL: <https://rosatom-career.ru/> (дата обращения: 26.11.2025).
8. Жилина А.В. К вопросу о понятии копирайтинг и его видах // Медиаскоп. 2020. № 2. С. 11. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=44827118> (дата обращения: 26.11.2025).
9. Зимина А.В., Куликова Э.Ф. Оценка эффективности HR-копирайтинга в российских организациях // Современная экономика. 2020. № 4 (12). С. 92-99.
10. Карпов Э.С., Мультиановская Д.В. К проблеме применения терминологического аппарата риторики к текстам копирайтинга в современных медиа // Вестник Тверского государственного университета. Серия: Филология. 2022. № 3 (74). С. 216-222. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=49505410> (дата обращения: 26.11.2025).
11. Карьерный сайт Госкорпорации «Ростех». Интернет-ресурс. URL: <https://rostec.ru/careers/> (дата обращения: 26.11.2025).
12. Кириллова Ю.Е., Семенихина Д.С. Формирование корпоративной идентичности средствами HR-копирайтинга // Экономика и управление. 2021. № 1 (11). С. 89-97.
13. Ладейщиков С.Д., Пряхина А.В. Новые тренды развития копирайтинга в условиях цифровой трансформации // Коммуникации в условиях цифровой трансформации: сборник материалов IX Международной научно-практической конференции. Санкт-Петербург, 2025. С. 95-97. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=83209415> (дата обращения: 26.11.2025).
14. Новикова Е.Г., Иванова О.К. Практики формирования бренда работодателя в крупных российских компаниях // Управление персоналом. 2020. № 6. С. 56-63.
15. Носова З.П., Масленникова Ж.Р. Инновационные подходы к созданию текстов вакансий // Вопросы экономики и права. 2021. № 3 (15). С. 78-85.
16. Петрова А.Л. Перспективы развития кадрового маркетинга в России // Журнал прикладной экономики. 2022. № 4. С. 85-92.
17. Познякова И.О., Чернов В.И. Современные инструменты управления персоналом // Теория и практика современной науки. 2022. № 2 (80). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennyye-instrumenty-upravleniya-personalom> (дата обращения: 27.11.2025).
18. Сбербанк: официальный сайт (карьерный раздел) // Интернет-ресурс. URL: <https://rabota.sber.ru> (дата обращения: 26.11.2025).
19. Седов К.Ф., Казанцев А.К. Управление человеческими ресурсами современной организации: учебник. Москва: ИНФРА-М, 2021.

20. Сидорова Г.Б., Шарапова А.Л. Использование HR-копирайтинга в цифровой среде // Российский журнал менеджмента. 2021. № 2 (14). С. 103-111.
21. Соловьева Т.М., Козлова Е.Ю. Тексты вакансий как элемент HR-копирайтинга // Кадровый менеджмент. 2020. № 5. С. 45-52.
22. Фролова М.В. Цифровизация HR-процессов // Проблемы функционирования рынка товаров и услуг: материалы докладов XXIV региональной научно-практической конференции молодых ученых. Иркутск, 2024. С. 140-143. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=60020867> (дата обращения: 27.11.2025)
23. X5 Retail Group. Официальный сайт. Интернет-ресурс. URL: <https://www.x5.ru/ru/career/> (дата обращения: 26.10.2025).
24. Штукарева Е.Б. Копирайтинг: дефиниция понятия // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2020. № 11. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kopirayting-definitsiya-ponyatiya> (дата обращения: 26.11.2025).
25. Эффективность современных методов рекрутмента и адаптации персонала: отчёт № 24 // Институт проблем занятости РАНХиГС. Москва, 2021.
26. Яндекс.интервью с руководителем отдела HR Копирайта Яндекса // Газета.Ru, 2022. Интернет-ресурс. URL: [https://www.gazeta.ru/business/news/2022/05/18/n\\_1753811.shtml](https://www.gazeta.ru/business/news/2022/05/18/n_1753811.shtml) (дата обращения: 26.10.2025).
27. HeadHunter: сервис открытой аналитики рынка труда. Интернет-ресурс. URL: <https://stats.hh.ru/> (дата обращения: 26.11.2025).
28. Skyeng Russia: карьерный портал Интернет-ресурс. URL: <https://job.skyeng.ru/> (дата обращения: 26.10.2025).
29. Superjob: онлайн-платформа для поиска работы и подбора персонала в России. Интернет-ресурс. URL: <https://www.superjob.ru/> (дата обращения: 26.11.2025).

# APPLICATION OF COPYWRITING IN HUMAN RESOURCE MANAGEMENT: THEORETICAL AND METHODOLOGICAL ASPECTS

**Shostak Marina Anatolyevna**

Senior lecturer at the department of management, service and tourism  
Kherson State Pedagogical University  
Kherson region, Russian Federation

**Abstract.** The work is devoted to the study of the theoretical and methodological aspects of copywriting in human resources management. The content of HR-copywriting as a marketing tool for personnel management and a specialized form of copywriting aimed at solving HR-related tasks at an enterprise is analyzed and disclosed. The main HR-related tasks that HR-copywriting is used to solve in the practice of human resources management are identified. The target audience for which different communication settings should be applied is structured. The main tools of HR-copywriting are considered, which allow to attract talented employees, improve corporate culture and increase the level of staff engagement. The scope of application of HR-copywriting is systematized on the basis of information distribution channels. The main directions of application of HR-copywriting are proposed, correlated with basic HR-processes at the enterprise. This article provides an overview of successful practices for using HR-copywriting tools by modern enterprises in various fields.

**Key words:** HR-copywriting, management, human resources.

**JEL Code:** M1, M2, M3, M5.

## References

1. Andreeva O.N., Makarova E.I. Psychology of effective communication in personnel management // *Journal of Applied Psychology*. 2019. № 3. P. 67-75.
2. Arnold E.K. Methodology and methodology for analyzing the effectiveness of human resource management // *Issues of Economics and law*. 2020. № 12. P. 125-131.
3. Avito.Jobs: An online job placement platform. An online resource. [Electronic resource]. URL: <https://www.avito.ru/all/vakansii?ysclid=mihaxt2see496264957> (accessed: 26.11.2025).
4. VTB Bank: official website (Section «Career in VTB»). An online resource. [Electronic resource]. URL: <https://rabota.vtb.ru> (date of reference: 26.11.2025).
5. Bondarenko N.V., Popova A.A. The role of HR copywriting in the formation of a positive image of the employer // *Bulletin of the Saratov Socio-Economic University*. 2020. № 4(8). P. 123-130.
6. PIK Group of Companies: a website about a career. An online resource. [Electronic resource]. URL: <https://pik.ru/job/> (date of access: 26.11.2025).
7. The unified career portal of the Rosatom State Corporation. An online resource. [Electronic resource]. URL: <https://rosatom-career.ru/> (date of reference: 26.11.2025).
8. Zhilina A.V. On the concept of copywriting and its types // *Mediascope*. 2020. № 2. P. 11. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=44827118> (accessed: 26.11.2025).
9. Zimina A.V., Kulikova E.F. Evaluation of the effectiveness of HR copywriting in Russian organizations // *Modern Economics*. 2020. № 4(12). P. 92-99.
10. Karpov E.S., Multanovskaya D.V. On the problem of applying the terminological apparatus of rhetoric to copywriting texts in modern media // *Bulletin of Tver State University. Series: Philology*. 2022. № 3 (74). P. 216-222. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=49505410> (accessed: 26.11.2025).
11. Rostec State Corporation Career website. An online resource. [Electronic resource]. URL: <https://rostec.ru/careers/> (date of access: 26.11.2025).

12. Kirillova Yu.E., Semenikhina D.S. Formation of corporate identity by means of HR copywriting // *Economics and management*. 2021. № 1(11). P. 89-97.
13. Ladeishchikov S.D., Pryakhina A.V. New trends in the development of copywriting in the context of digital transformation // *Communications in the context of digital transformation: proceedings of the IX International Scientific and Practical Conference*. Saint Petersburg, 2025. pp. 95-97. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=83209415> (date of request: 26.11.2025).
14. Novikova E.G., Ivanova O.K. Practices of forming an employer's brand in large Russian companies // *Personnel management*. 2020. № 6. P. 56-63.
15. Nosova Z.P., Maslennikova Zh.R. Innovative approaches to the creation of vacancy texts // *Issues of economics and law*. 2021. № 3(15). P. 78-85.
16. Petrova A.L. Prospects for the development of HR marketing in Russia // *Journal of Applied Economics*. 2022. № 4. P. 85-92.
17. Poznyakova I.O., Chernov V.I. Modern personnel management tools // *Theory and practice of modern science*. 2022. № 2 (80). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennye-instrumenty-upravleniya-personalom> (accessed: 27.11.2025).
18. Sberbank: official website (career section) // An online resource. [Electronic resource]. URL: <https://rabota.sber.ru> (date of reference: 26.11.2025).
19. Sedov K.F., Kazantsev A.K. Human resource management of a modern organization: textbook. Moscow: INFRA-M, 2021.
20. Sidorova G.B., Sharapova A.L. The use of HR copywriting in a digital environment // *Russian Journal of Management*. 2021. № 2(14). P. 103-111.
21. Solovyeva T.M., Kozlova E.Y. Vacancy texts as an element of HR copywriting // *Personnel management*. 2020. № 5. P. 45-52.
22. Frolova M.V. Digitalization of HR processes // *Problems of functioning of the market of goods and services: materials of reports XXIV regional scientific and practical conference of young scientists*. Irkutsk, 2024. P. 140-143. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=60020867> (date of request: 27.11.2025).
23. X5 Retail Group. The official website. An online resource. [Electronic resource]. URL: <https://www.x5.ru/ru/career/> (date of access: 26.10.2025).
24. Shtukareva E.B. Copywriting: definition of the concept // *Philological Sciences. Questions of theory and practice*. 2020. № 11. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kopirayting-definitiya-ponyatiya> (date of reference: 26.11.2025).
25. Effectiveness of modern methods of recruitment and adaptation of personnel: report № 24 // *Institute of Employment Problems of the RANEPА*. Moscow, 2021.
26. Yandexius: interview with the head of the HR department of Yandex Copyright // *Gazeta.Ru*, 2022. An online resource. [Electronic resource]. URL: [https://www.gazeta.ru/business/news/2022/05/18/n\\_1753811.shtml](https://www.gazeta.ru/business/news/2022/05/18/n_1753811.shtml) (accessed: 26.10.2025).
27. HeadHunter: an open labor market analytics service. An online resource. [Electronic resource]. URL: <https://stats.hh.ru/> (accessed: 26.11.2025).
28. Skyeng Russia: an online career portal. [Electronic resource]. URL: <https://job.skyeng.ru/> (date of access: 26.10.2025).
29. Superjob: an online job search and recruitment platform in Russia. An online resource. [Electronic resource]. URL: <https://www.superjob.ru/> (date of access: 26.11.2025).