

МИНИСТЕРСТВО ТРАНСПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ТРАНСПОРТА»

СОГЛАСОВАНО:

Выпускающая кафедра СУТИ РОАТ
Заведующий кафедрой ЭИФ РОАТ



Л.В. Шкурина

05 июля 2020 г.

УТВЕРЖДАЮ:

Директор РОАТ



В.И. Апатцев

05 июля 2020 г.



Кафедра «Экономика, финансы и управление на транспорте»

Автор Бражникова Светлана Владиславовна, к.э.н.

АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

«Бренд РЖД: мастерство, целостность, обновление»

Специальность:	23.05.05 – Системы обеспечения движения поездов
Специализация:	Телекоммуникационные системы и сети железнодорожного транспорта
Квалификация выпускника:	Инженер путей сообщения
Форма обучения:	заочная
Год начала подготовки	2020

Одобрено на заседании Учебно-методической комиссии института Протокол № 2 17 марта 2020 г. Председатель учебно-методической комиссии  С.Н. Климов	Одобрено на заседании кафедры Протокол № 12 10 марта 2020 г. Заведующий кафедрой  Л.В. Шкурина
---	---

1. Цели освоения учебной дисциплины

Целью освоения учебной дисциплины «Бренд РЖД: мастерство, целостность, обновление» является формирование у обучающихся компетенций в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки «23.05.06 Строительство железных дорог, мостов и транспортных тоннелей».

Перед дисциплиной стоят следующие задачи:

- ознакомить с ролью и фактическим положением компании ОАО «РЖД» в мировой транспортной системе и экономике РФ;
- сформировать понимание бренда, как сочетание фирменного стиля и идеологии, проявляющейся в поведении персонала;
- рассказать об исторических предпосылках ребрендинга и сформировать у участников понимание важности роли бренда для развития Компании и системы управления брендом;
- продемонстрировать взаимосвязь ценностей бренда Компании с моделью корпоративных компетенций ОАО «РЖД»;
- сформировать у участников программы единое понимание модели корпоративных компетенций в целом и компетенций рабочих и специалистов в частности;
- ознакомить с проводимой корпоративной политикой в области социальных гарантий работников Компании.

2. Место учебной дисциплины в структуре ОП ВО

Учебная дисциплина "Бренд РЖД: мастерство, целостность, обновление" относится к блоку 2 "Факультативы" и входит в его базовую часть.

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

УК-3	Способен организовать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели
------	--

4. Общая трудоемкость дисциплины составляет

2 зачетные единицы (72 ак. ч.).

5. Образовательные технологии

Образовательные технологии, используемые при обучении по дисциплине «Бренд РЖД: мастерство, целостность, обновление», направлены на реализацию компетентностного подхода и широкое использование в учебном процессе активных форм проведения занятий в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития профессиональных навыков студентов. При выборе образовательных технологий традиционно используется лекционно-семинарско-зачетная система: - лекции (с использованием демонстрационных материалов с применением программы Power Point, проектора, с помощью которых можно визуализировать излагаемый материалы повысить уровень усвоения дисциплины); - зачет. Самостоятельная работа студента организована с использованием традиционных видов работы. К традиционным видам работы относятся отработка теоретического материала по учебным пособиям, учебникам. Комплексное использование в учебном процессе всех вышеназванных технологий стимулируют личностную, интеллектуальную активность, развивают познавательные процессы, способствуют формированию компетенций, которыми должен обладать будущий

выпускник. При изучении дисциплины используются технологии электронного обучения (информационные, интернет ресурсы, вычислительная техника) и, при необходимости, дистанционные образовательные технологии, реализуемые в основном с применением информационно-телекоммуникационных сетей при опосредованном (на расстоянии) взаимодействии обучающегося и педагогических работников..

6. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам)

РАЗДЕЛ 1

Современное состояние компании ОАО «РЖД», ее влияние на развитие экономики страны.

Миссия, ценности и задачи компании «РЖД», Современное состояние холдинга. Значение и вклад в развитие экономики России. Основные направления развития.

Опрос

РАЗДЕЛ 2

Понятие бренд «РЖД», его значение для холдинга.

Опрос

Определение понятия «бренд». Бренды и «безымянные» продукты. Почему существует множество подделок под известные бренды. Что такое бренд. Функции бренда. Основной закон сильного бренда. Зачем компании нужен бренд. Ребрендинг «РЖД».

РАЗДЕЛ 3

Идеология бренда «РЖД».

Опрос

Платформа бренда: видение, миссия, ценности. Архитектура бренда. Монолитная архитектура бренда. Самые дорогие бренды мира – монолиты. Система управления брендом.

РАЗДЕЛ 4

История внедрения фирменного стиля.

Опрос

Фирменный стиль бренда «РЖД». Основные составляющие фирменного стиля бренда «РЖД». Основные направления и текущий статус по внедрению фирменного стиля бренда «РЖД». Переоформление подвижного состава в новом фирменном стиле. Переоформление автопарка в новом фирменном стиле. Переоформление зданий и сооружений, объектов инфраструктуры. Комплексное решение по подвижному составу.

РАЗДЕЛ 5

Бренд-ориентированное поведение и Модель корпоративных компетенций ОАО «РЖД».

Опрос

Определение «Бренд-ориентированное поведение». Фирменный стиль бренда «РЖД». Определение понятия «компетенция». От стратегии к бренд-ориентированному поведению. Понятие «компетенция» и «модель компетенций». Модель корпоративных компетенций ОАО «РЖД». Как создавалась модель корпоративных компетенций ОАО «РЖД». Принципы формирования МКК ОАО «РЖД». 4 уровня должностей в Модели компетенций ОАО «РЖД». Сферы применения модели корпоративных компетенций. От ценностей к поведенческим индикаторам.

РАЗДЕЛ 6

Основные направления социальной политики ОАО «РЖД».

Опрос

Понятие коллективного договора. Основные положения коллективного договора. Обязательства работодателя. Социальная ответственность Компании. Социальный пакет. Социальный пакет с долевым участием. Компенсируемый социальный пакет. Положение о молодом специалисте. Основные программы развития молодежной политики. Направления мотивации молодых сотрудников.

Зачет