

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

Кафедра «Экономика, финансы и управление на транспорте»

АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

«Бренд РЖД: мастерство, целостность, обновление»

Специальность:	<u>23.05.04 – Эксплуатация железных дорог</u>
Специализация:	<u>Магистральный транспорт</u>
Квалификация выпускника:	<u>Инженер путей сообщения</u>
Форма обучения:	<u>заочная</u>
Год начала подготовки	<u>2019</u>

1. Цели освоения учебной дисциплины

Целью освоения учебной дисциплины «Бренд РЖД: мастерство, целостность, обновление» является формирование у обучающихся компетенций в соответствии с требованиями самостоятельного утвержденного образовательного стандарта высшего образования (СУОС) по направлению подготовки «23.05.04 Эксплуатация железных дорог».

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:

ОПК-8	Способен руководить работой по подготовке, переподготовке, повышению квалификации и воспитанию кадров
УК-4	Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия

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 компетентного 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 материал повысить уровень усвоения дисциплины); - зачет. Самостоятельная работа студента организована с использованием традиционных видов работы. К традиционным видам работы относятся обработка 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..

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