

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

Кафедра «Управление производством и кадровое обеспечение
 транспортного комплекса»

АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

«Создание привлекательного образа работодателя»

| | |
|--------------------------|--|
| Направление подготовки: | <u>38.03.03 – Управление персоналом</u> |
| Профиль: | <u>Управление персоналом организации</u> |
| Квалификация выпускника: | <u>Бакалавр</u> |
| Форма обучения: | <u>очно-заочная</u> |
| Год начала подготовки | <u>2020</u> |

1. Цели освоения учебной дисциплины

Целями освоения дисциплины (модуля) являются:

- изучение студентами основ, сущности и содержания внешних связей организации, реализуемых в рамках взаимодействия со всеми субъектами внешней среды организации.
- изучение студентами практики деятельности организаций по созданию брендов компаний.
- изучение студентами практики создания образов привлекательного работодателя.

Задачами дисциплины (модуля) являются:

- формирование навыков по решению задач в области брендинга.
- формирование навыков по созданию образа РУТ МИИТ как привлекательного места для учебы и работы

2. Место учебной дисциплины в структуре ОП ВО

Учебная дисциплина "Создание привлекательного образа работодателя" относится к блоку 1 "Дисциплины (модули)" 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-2 | Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных для решения задач в сфере управления персоналом. |
| ПКО-5 | Способность проектировать, анализировать, реконструировать системы мотивации и стимулирования персонала (материального, нематериального, интегрального) |

4. Общая трудоемкость дисциплины составляет

6 зачетных единиц (216 ак. ч.).

5. Образовательные технологии

Образовательные технологии предполагают использование мультимедийного оборудования..

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

Тема: Сущность внешней среды организации

Внешняя и внутренняя среда организации. Факторы внешней среды. Влияние внешней среды на организацию

Тема: Сущность внешней среды организации

Тестирование

Тема: Сущность и классификация внешних связей организации

Сущность, субъекты и объекты внешних связей организации. Общие принципы классификации внешних связей. Двух- и многосторонние связи. Односторонние связи. Персонализированные связи. Не-персонализированные связи. Направленная и ненаправленная связь.

Тема: Механизмы реализации внешних связей организации

Сущность механизма реализации внешней связи. Вербальный и невербальный механизмы.

Реклама, PR, социальные сети и другие механизмы.

Тема: Механизмы реализации внешних связей организации

Тестирование

Тема: Внешние связи организации с покупателями и клиентами

Сущность внешних связей с клиентами. Способы реализации внешней связи с клиентами. Наличие и отсутствие обратной связи с клиентами. Документальное оформление внешних связей с клиентами. Современные и перспективные направления развития внешних связей с клиентами.

Тема: Внешние связи организации с поставщиками и подрядчиками

Сущность внешних связей с поставщиками и подрядчиками. Поиск поставщиков и подрядчиков и установление связей с ними. Поддержание связей с поставщиками и подрядчиками. Документальное оформление связей с поставщиками и подрядчиками.

Тема: Внешние связи организации с государством

Сущность внешних связей организации с государством. Основные государственные органы, с которыми взаимодействует бизнес. Основные виды связей организаций и государственных органов. Регулирование связей бизнеса с государством. Коррупционные связи и борьба с ними.

Тема: Реклама и рекламоносители как средства внешних связей

Реклама как внешняя связь организации. История рекламы. Основные виды рекламы. Рекламоносители как инструменты реализации внешней связи. Эффективность рекламы как средства внешней связи.

Тема: PR как средство внешних связей, носители PR

PR как способ реализации внешних связей. СМИ и их виды как способы реализации PR-связи. Средства реализации PR, не относящиеся к СМИ. Нетрадиционное, инновационные способы реализации PR. Эффективность PR.

Тема: Межличностные связи как средство реализации внешних связей организации

Сущность межличностных связей. Способы установления личных связей в бизнес-среде. Поддержание связей в бизнес-среде. Переговоры. Конфликты при межличностных связях, их разрешение и предотвращение.