

МИНИСТЕРСТВО ТРАНСПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ТРАНСПОРТА»
(РУТ (МИИТ))



Рабочая программа дисциплины (модуля),
как компонент образовательной программы
высшего образования - программы бакалавриата
по направлению подготовки
38.03.03 Управление персоналом,
утвержденной первым проректором РУТ (МИИТ)
Тимониным В.С.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Создание привлекательного образа работодателя

Направление подготовки: 38.03.03 Управление персоналом

Направленность (профиль): Управление персоналом организации

Форма обучения: Очная

Рабочая программа дисциплины (модуля) в виде
электронного документа выгружена из единой
корпоративной информационной системы управления
университетом и соответствует оригиналу

Простая электронная подпись, выданная РУТ (МИИТ)
ID подписи: 84716
Подписал: заведующий кафедрой Письменная Анна
Борисовна
Дата: 01.06.2021

1. Общие сведения о дисциплине (модуле).

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. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю).

Перечень формируемых результатов освоения образовательной программы (компетенций) в результате обучения по дисциплине (модулю):

ОПК-2 - Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных для решения задач в сфере управления персоналом;.

Обучение по дисциплине (модулю) предполагает, что по его результатам обучающийся будет:

Знать:

- особенности формирования бренда компании;
- специфику работы с персоналом в компаниях по формированию привлекательного образа работодателя;
- ключевые документы, необходимые для создания привлекательного образа компании;
- специфику направлений работы по созданию привлекательного образа работодателя;
- стандарты в области брендинга.

Уметь:

- применять современные информационные системы и программные комплексы для формирования привлекательного образа компании;
- анализировать существующий бренд компании;
- найти соответствующие ситуации нормативные акты, стандарты и иные документы, регламентирующие действия компании;

Владеть:

- навыками решения организационных задач с использованием современных информационно-коммуникационных технологий;
- навыками анализа и интерпретации информации о состоянии бренда компании;
- навыками оформления и разработки документации с учетом требований стандартов и нормативных актов, необходимых для продвижения привлекательного образа работодателя.

3. Объем дисциплины (модуля).**3.1. Общая трудоемкость дисциплины (модуля).**

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 3 з.е. (108 академических часа(ов)).

3.2. Объем дисциплины (модуля) в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении учебных занятий:

Тип учебных занятий	Количество часов	
	Всего	Семестр №2
Контактная работа при проведении учебных занятий (всего):	80	80
В том числе:		
Занятия семинарского типа	80	80

3.3. Объем дисциплины (модуля) в форме самостоятельной работы обучающихся, а также в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении промежуточной аттестации составляет 28 академических часа (ов).

3.4. При обучении по индивидуальному учебному плану, в том числе при ускоренном обучении, объем дисциплины (модуля) может быть реализован полностью в форме самостоятельной работы обучающихся, а также в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении промежуточной аттестации.

4. Содержание дисциплины (модуля).

4.1. Занятия лекционного типа.

Не предусмотрено учебным планом

4.2. Занятия семинарского типа.

Практические занятия

№ п/п	Тематика практических занятий/краткое содержание
1	Сущность и классификация внешних связей организации Анализ / проектирование внешних связей организации (реальной или виртуальной)
2	Механизмы реализации внешних связей организации Анализ / проектирование механизмов реализации внешних связей организации (реальной или виртуальной)
3	Механизмы реализации внешних связей организации Проработка учебного материала по учебной и научной литературе. Подготовка к практическим занятиям.
4	Внешние связи организации с покупателями и клиентами Анализ / проектирование внешних связей с покупателями, клиентами и сотрудниками конкретной реальной или виртуальной организации.
5	Внешние связи организации с поставщиками и подрядчиками Анализ / проектирование внешних связей с поставщиками, подрядчиками и соискателями реальной или виртуальной организации
6	Внешние связи организации с государством Анализ / проектирование связей организации (реальной или виртуальной) с государственными органами.
7	Реклама и рекламоносители как средства внешних связей Анализ / проектирование рекламной компании организации. Анализ / проектирование рекламоносителей.
8	PR как средство внешних связей, носители PR Анализ / проектирование PR-компании и (или) PR-мероприятия, PR-носителя
9	Межличностные связи как средство реализации внешних связей организации Анализ системы личных связей руководителя организации.
10	Мероприятия по набору студентов как инструмент создания образа привлекательного университета Разработка, проектирование и реализация мероприятия по созданию образа РУТ как привлекательного университета для учебы
11	Видеоанализ существующих брендов Анализ и построение схемы привлекательного образа работодателя. Выделение этапов на основе примеров из практики существующих компаний.
12	Проектирование привлекательного образа работодателя Использование современных технологий по построению бренда работодателя. Планирование и организация мероприятий по реализации привлекательного образа работодателя. Практическая реализация сформированных мероприятий и оценка эффективности.

4.3. Самостоятельная работа обучающихся.

№ п/п	Вид самостоятельной работы
1	Изучение дополнительной литературы и интернет-источников.
2	Подготовка к практическим занятиям.
3	Подготовка к промежуточной аттестации.
4	Подготовка к текущему контролю.

5. Перечень изданий, которые рекомендуется использовать при освоении дисциплины (модуля).

№ п/п	Библиографическое описание	Место доступа
1	Бренд в современной культуре Дмитриева, Л. М. 2021	НТБ МИИТ
2	Брендинг С. В. Карпова, И. К. Захаренко. 2021	НТБ МИИТ
1	Психология рекламы Мокшанцев Р.И. Учебное пособие Мокшанцев Р.И. , 2006	НТБ МИИТ
2	Массовые коммуникации и медиа-планирование Скворцов К.В. Учебное пособие 2008	НТБ МИИТ
3	Реклама на радио, ТВ и в Интернете Миск М.Д. Учебное пособие 2004	НТБ МИИТ
4	Общественные связи как культурный феномен Общественные связи как культурный феномен Киселева Т.Г. Учебное пособие 2007	НТБ МИИТ
5	Связи с общественностью как функ-ция управления Рудыка Н.А. Учебное пособие 2004	НТБ МИИТ

6. Перечень современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем, которые могут использоваться при освоении дисциплины (модуля).

1. <http://президент.рф/> - сайт Президента РФ
2. <http://правительство.рф/> - портал Правительства РФ
3. <http://www.minregion.ru/> - сайт Министерства регионального развития РФ
4. <http://www.duma.gov.ru/> - сайт Государственной Думы Федерального Собрания РФ
5. <http://www.council.gov.ru/> - сайт Совета Федерации Федерального Собрания РФ
6. Сайты органов власти субъектов федерации РФ и муниципальных образований.
7. <http://www.rg.ru/> - сайт Российской газеты
8. <http://www.aup.ru/books/i002.htm> - административно-управленческий

портал

9. <http://akeu.ru/> - ассоциация консультантов по экономике и управлению

10. <http://www.mevriz.ru/> - журнал «Менеджмент в России и за рубежом»

11. <http://www.betec.ru/> - информационно-методические материалы по построению систем

12. <http://www.e-executive.ru/> - сайт международного сообщества менеджеров

7. Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства, необходимого для освоения дисциплины (модуля).

1. Для проведения занятий лекционного типа требуется:

Microsoft Windows, Microsoft Office

2. Для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций требуется:

Microsoft Windows, Microsoft Office

3. Для проведения самостоятельной работы требуется :

Microsoft Windows, Microsoft Office

4. Для проведения работы в дистанционной форме требуется:

Microsoft Teams

8. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю).

1. Для проведения занятий лекционного типа требуется:

Маркерная доска, экран, активная доска, два проектора, ПК

2. Для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций требуется:

Мультимедийное оборудование, интерактивная доска, телевизор, акустическая система, персональный компьютер. Маркерная доска, экран, активная доска, два проектора, ПК

3. Для проведения самостоятельной работы требуется :

Персональные компьютеры, телевизор, аудиосистема. Аудитория оборудована выходом в сеть "Интернет" и электронную информационно-образовательную среду

9. Форма промежуточной аттестации:

Зачет во 2 семестре.

10. Оценочные материалы.

Оценочные материалы, применяемые при проведении промежуточной аттестации, разрабатываются в соответствии с локальным нормативным актом РУТ (МИИТ).

Авторы:

старший преподаватель кафедры
«Управление производством и
кадровое обеспечение транспортного
комплекса»

О.В. Чихирин

Согласовано:

Заведующий кафедрой УПиКОТК
Председатель учебно-методической
комиссии

А.Б. Письменная

С.В. Володин