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 - программа бакалавриата
по направлению подготовки
38.03.03 Управление персоналом,
утвержденной первым проректором ФГАОУ ВО
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 ФГАОУ ВО РУТ (МИИТ)
ID подписи: 11244
Подписал: заведующий кафедрой Епишкин Илья Анатольевич
Дата: 01.09.2026

1. Общие сведения о дисциплине (модуле).

Целями освоения дисциплины (модуля) являются:

- изучение студентами основ, сущности и содержании 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 брендирования;

- 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 брендирования.

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 4 з.е. (144 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):	64	64
В том числе:		
Занятия семинарского типа	64	64

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 80 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	Дискуссия "Привлекательный образ работодателя, бренд и ценности работодателя" В результате проведения дискуссии студент систематизирует знания о привлекательном образе работодателя, бренде и ценностях работодателя.
2	Практическое задание "Сущность и классификация внешних связей организации" В результате выполнения практического задания студент получает навыки по анализу и проектированию внешних связей организации (реальной или виртуальной).
3	Практическое задание "Механизмы реализации внешних связей организации" В результате выполнения практического задания студент получает навыки по анализу и проектированию механизмов реализации внешних связей организации (реальной или виртуальной).
4	Практическое задание "Внешние связи организации с покупателями и клиентами" В результате выполнения практического задания студент получает навыки по анализу и проектированию внешних связей с покупателями, клиентами и сотрудниками конкретной реальной или виртуальной организации.
5	Практическое задание "Внешние связи организации с поставщиками и подрядчиками" В результате выполнения практического задания студент получает навыки по анализу и проектированию внешних связей с поставщиками, подрядчиками и соискателями реальной или виртуальной организации.
6	Практическое задание "Внешние связи организации с государством" В результате выполнения практического задания студент получает навыки по анализу и проектированию связей организации (реальной или виртуальной) с государственными органами.
7	Практическое задание "Реклама и рекламоносители как средства внешних связей" В результате выполнения практического задания студент получает навыки по анализу и проектированию рекламной компании организации, рекламоносителей.
8	Практическое задание "PR как средство внешних связей, носители PR" В результате выполнения практического задания студент получает навыки по анализу и проектированию PR-компании и (или) PR-мероприятия, PR-носителя.
9	Практическое задание "Межличностные связи как средство реализации внешних связей организации" В результате выполнения практического задания студент получает навыки по анализу системы личных связей руководителя организации.
10	Практическое задание "Мероприятия по набору студентов как инструмент создания образа привлекательного университета" В результате выполнения практического задания студент получает навыки по разработке, проектированию и реализации мероприятий по созданию образа РУТ как привлекательного университета для учебы.
11	Практическое задание "Видеоанализ существующих брендов" В результате выполнения практического задания студент получает навыки по анализу и построению схемы привлекательного образа работодателя, выделению этапов на основе примеров из практики существующих компаний.

№ п/п	Тематика практических занятий/краткое содержание
12	Практическое задание "Проектирование привлекательного образа работодателя" В результате выполнения практического задания студент получает навыки по использованию современных технологий по построению бренда работодателя.
13	Практическое задание "Проектирование привлекательного образа работодателя" В результате выполнения практического задания студент получает навыки по планированию и организации мероприятий по реализации привлекательного образа работодателя.
14	Практическое задание "Проектирование привлекательного образа работодателя" В результате выполнения практического задания студент получает навыки по практической реализации сформированных мероприятий и оценке эффективности.
15	Практическое задание "Понятие и структура имиджа организации как работодателя" В результате выполнения практического задания студент получает навыки по формированию структуры имиджа организации как работодателя.
16	Практическое задание "Особенности формирования имиджа организации как работодателя" В результате выполнения практического задания студент получает навыки по учету особенностей формирования имиджа организации как работодателя.
17	Практическое задание "Стратегия управления брендом организации как работодателя" В результате выполнения практического задания студент получает навыки по стратегическому управлению брендом организации как работодателя.
18	Практическое задание "Теория поколений и особенности ее применения в практике брендинга" В результате выполнения практического задания студент получает навыки по использованию теории поколений и особенностй ее применения в практике брендинга.
19	Практическое задание "Целевые аудитории бренда работодателя" В результате выполнения практического задания студент получает навыки по выявлению целевых аудиторий бренда работодателя.
20	Практическое задание "Основные этапы брендинга работодателя" В результате выполнения практического задания студент получает навыки по применению основных этапов брендинга работодателя.
21	Практическое задание "Диагностика имиджа компании как работодателя: подходы, методы, инструменты" В результате выполнения практического задания студент получает навыки по использованию диагностики имиджа компании как работодателя: подходы, методы, инструменты.
22	Практическое задание "Понятие и структура ценностного предложения" В результате выполнения практического задания студент получает навыки по формированию ценностного предложения.
23	Практическое задание "Продвижение бренда работодателя внутри организации: ключевые каналы коммуникации с сотрудниками компании, специальные мероприятия для персонала" В результате выполнения практического задания студент получает навыки по продвижению бренда работодателя внутри организации: ключевые каналы коммуникации с сотрудниками компании, специальные мероприятия для персонала.
24	Практическое задание "План работ по продвижению бренда работодателя внутри и вне организации: структура, содержание, условия успешной реализации" В результате выполнения практического задания студент получает навыки по формированию плана

№ п/п	Тематика практических занятий/краткое содержание
	работ по продвижению бренда работодателя внутри и вне организации: структура, содержание, условия успешной реализации.
25	Практическое задание "Выявление основных конкурентов на рынке труда" В результате выполнения практического задания студент получает навыки по выявлению основных конкурентов на рынке труда.
26	Практическое задание "Выявление и анализ системных партнеров на рынке труда. Взаимодействие с основными партнерами" В результате выполнения практического задания студент получает навыки по выявлению и анализ системных партнеров на рынке труда, взаимодействию с основными партнерами.

4.3. Самостоятельная работа обучающихся.

№ п/п	Вид самостоятельной работы
1	Работа с литературой.
2	Подготовка к практическим занятиям.
3	Самостоятельное изучение тем дисциплины.
4	Подготовка к промежуточной аттестации.
5	Подготовка к текущему контролю.

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

№ п/п	Библиографическое описание	Место доступа
1	Жильцова, О. Н. Связи с общественностью : учебное пособие для вузов / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 337 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9890-0. — Текст : электронный	Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/511939 (дата обращения: 10.04.2024).
2	Домнин, В. Н. Брендинг : учебник и практикум для вузов / В. Н. Домнин. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 493 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13539-8. — Текст : электронный	Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/536560 (дата обращения: 10.04.2024).
3	Чернышева, А. М. Брендинг : учебник для бакалавров для вузов / А. М. Чернышева, Т. Н. Якубова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 504 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-2979-9. — Текст : электронный	Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/510075 (дата обращения: 10.04.2024).

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

Поисковые системы Yandex, Mail (http:/yandex.ru/, http:/mail.ru/);

Федеральный образовательный портал «Экономика. Социология. Менеджмент» (http:/www.ecsocman.edu.ru/);

Научно-техническая библиотека РУТ (МИИТ) (http:/library.miit.ru);

Административно-управленческий портал (http://www.aup.ru/books/i002.htm);

Ассоциация консультантов по экономике и управлению (http://akeu.ru).

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

1. Microsoft Internet Explorer (или другой браузер);
2. Операционная система Microsoft Windows;
3. Microsoft Office;
4. Microsoft Teams;
5. Windows Media Player.

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

1. Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, оснащенные компьютерной техникой и наборами демонстрационного оборудования.

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 ЭТиУЧР И.А. Епишкин

Председатель учебно-методической
комиссии М.В. Ишханян