

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ПЕНЗЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ЮРИДИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Б1.1.40 «Основы репутационного менеджмента»

Направление подготовки: 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

Форма обучения: очная / заочная

Пенза 2016

1. Цели освоения учебной дисциплины

Цель дисциплины «Основы репутационного менеджмента» ознакомить студентов с современными репутационными технологиями и дать навыки использования коммуникационных средств и коммуникативных приемов в управлении репутацией организации

Задачи дисциплины:

- ознакомить с понятийным аппаратом репутационного менеджмента;
- ознакомить со стратегиями управления, продвижения или корректировки репутации организации;
- обучить способам проведения репутационного аудита организации.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата

Дисциплина «Основы репутационного менеджмента» относится к базовой части Б1.1.40 учебного плана по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью». Изучение базируется на знаниях, полученных в рамках освоения программ бакалавриата: «Основы теории коммуникаций», «Основы менеджмента», «Теория и практика массовой информации», «Теория и практика связей с общественностью». Компетенции, сформированные при изучении дисциплины могут быть использованы при изучении дисциплин: «Организация работы отделов по связям с общественностью», «Основы стратегического планирования в рекламе», а также в процессе прохождения производственной практики и подготовке к ГИА.

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины «Основы репутационного менеджмента» направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО по данному направлению:

Коды компетенции	Наименование компетенции	Структурные элементы компетенции (в результате освоения дисциплины обучающийся должен знать, уметь, владеть)
1	2	3
ПК-2	владением навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы	Знать: предпосылки возникновения репутационного менеджмента; отличие репутации от имиджа; особенности формирования репутации в отличие от имиджа; основные стратегии построения и защиты репутации; стратегию и тактику управления репутацией.
		Уметь: оценивать репутационные риски организации; разрабатывать коммуникационные программы; применять творческий подход в репутационном менеджменте.
		Владеть: методами диагностики репутации; навыком мониторинга информационного ; способностью принимать решения по управлению репутацией.

4. Структура и содержание дисциплины «Основы репутационного менеджмента»

4.1. Структура дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных единицы, 72 часа (Очная форма обучения)

№ п/п	Наименование разделов и тем дисциплины (модуля)	Семестр	Недели семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)									Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра)							
				Аудиторная работа				Самостоятельная работа					Проверка докладов	Коллоквиум	Проверка тестов	Проверка	Проверка реферата	Проверка эссе и иных творческих	Опрос	др.
				Всего	Лекция	Практические занятия	Лабораторные занятия	Всего	Подготовка к аудиторным занятиям	Подготовка докладов, рефератов	Курсовая работа	Подготовка к зачету								
1.	Тема 1. Репутационный менеджмент основные понятия	5	1-2	4	2	2		4	4									2		
2	Тема 2. Имидж и репутация	5	3-4	4	2	2		4	4									4		
3	Тема3. Корпоративная культура как основа для построения репутации	5	5-6	4	2	2		4	2	2			6					6		
4	Тема 4. Параметры деловой репутации	5	7-8	4	2	2		4	4									8		
5	Тема 5. Создание информационной основы репутации	5	9-12	8	4	4		8	5	3			11					10		
6	Тема 6. Технологии управления деловой репутацией компании	5	13-15	6	3	3		6	4	2			15					13		
7	Тема 7. Технологии управления деловой репутацией руководителя	5	16-17	6	3	3		6	4	2			17					15		
	Общая трудоемкость, в часах	72		36	18	18		36	27	9			49					58		
													Промежуточная аттестация							
													Форма			Семестр				
													Зачет			5				
													Экзамен							

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных единицы, 72 часа (Заочная форма обучения)

№ п/п	Наименование разделов и тем дисциплины (модуля)	Семестр	Недели семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)								Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра)								
				Аудиторная работа				Самостоятельная работа				Собеседование	Коллоквиум	Проверка тестов	Проверка контрольных	Проверка реферата	Проверка эссе и иных курсовых работ	др.		
				Всего	Лекция	Практические занятия	Лабораторные занятия	Всего	Подготовка к аудиторным занятиям	Самостоятельное изучение литературы по	Контрольная работа								Подготовка к зачету	
1.	Тема 1. Репутационный менеджмент: основные понятия	6		2	1	1		7	2	3	2		+							
2	Тема 2. Имидж и репутация	6		1	1			7	2	3	2		+							
3	Тема3. Корпоративная культура как основа для построения репутации	6		2	1	1		9	2	5	2		+			+				
4	Тема 4. Параметры деловой репутации	6		2	1	1		8	2	4	2		+							
5	Тема 5. Создание информационной основы репутации	6		3	2	1		10	2	6	2		+			+				
6	Тема 6. Технологии управления деловой репутацией компании	6		2	1	1		9	2	5	2		+			+				
7	Тема 7. Технологии управления деловой репутацией руководителя	6		2	1	1		8	2	4	2		+			+				
	Общая трудоемкость, в часах	72		14	8	6		58	14	30	14									
													Промежуточная аттестация							
													Форма			Семестр				
													Зачет			6				
													Экзамен							

4.2. Содержание дисциплины «Основы репутационного менеджмента»

Тема 1. Репутационный менеджмент: основные понятия

Цели и задачи репутационного менеджмента. Понятия «имидж», «авторитет», «репутация». Репутация как важнейший нематериальный актив Актуальность проблем, связанных с управлением имиджем и репутацией.

Тема 2. Имидж и репутация

Понятие корпоративного имиджа, корпоративной репутации. Типы имиджей. Виды репутации. Репутация и имидж: сходство и различие. Проблема создания персонального имиджа. Составные части личного и профессионального имиджа. Специфика делового имиджа.

Тема 3. Корпоративная культура как основа для построения репутации

Корпоративная культура. Фирменный стиль и его составляющие. Корпоративная философия. Корпоративная миссия. Корпоративные ценности. Корпоративная стратегия. Формирование и осознание внутренней общественностью корпоративной философии, системы ценностей и социальной миссии.

Тема 4. Параметры деловой репутации

Преимущества репутации как стратегического актива. Понятие и методы расчета гудвилл. Целевые аудитории репутации. Компоненты репутации. Рейтинги репутации.

Тема 5. Создание информационной основы репутации

Репутационный аудит. Информационный и коммуникационный аудит. Разработка «легенды». Формирование образа. Основы информационной политики.

Тема 6. Технологии управления деловой репутацией компании

Взаимодействие со СМИ. Корпоративная социальная ответственность и благотворительность. Построение системы внутрикорпоративных коммуникаций. Разработка коммуникационной программы.

Тема 7. Технологии управления деловой репутацией руководителя

Основные компоненты репутации руководителя. Позиционирование компании через первое лицо. Создание образа и разработка «легенды». Дресс-код. Правила поведения в типичных ситуациях (деловые переговоры, общение с коллегами и подчиненными, разговор по телефону).

5. Образовательные технологии

В соответствии с требованиями ФГОС ВО при реализации компетентностного подхода предусматривается использование в учебном процессе разнообразных образовательных технологий:

1. Чтение лекций с использованием активных методов обучения (30% от общего количества занятий) и применением мультимедийных технологий: проблемная лекция, лекция-беседа, лекция-визуализация, лекция с разбором конкретных ситуаций.

2. Проведение практических занятий, в том числе в активных и интерактивных формах.

- а) организация обсуждения дискуссионных проблем в репутационном менеджменте;
- б) решение задач, отработка навыков критического восприятия информации.

3. В целях реализации индивидуального подхода к обучению студентов, осуществляющих учебный процесс по собственной траектории в рамках индивидуального рабочего плана, изучение данной дисциплины базируется на следующих возможностях: обеспечение внеаудиторной работы со студентами в том числе в электронной образовательной среде с использованием соответствующего программного оборудования, дистанционных форм обучения, возможностей интернет-ресурсов, индивидуальных консультаций и т.д.»;

6. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины.

6.1 План самостоятельной работы студентов

№ е д.	Тема	Вид сам. работы	Задание	Рекомендуемая литература	Кол. . часов
2	Тема 1. Репутационный менеджмент: основные понятия	Подготовка к аудиторным занятиям	Подготовить ответы на вопросы практического занятия	Константы гудвилла: стиль, паблисити, репутация, имидж и бренд фирмы: Учебное пособие / Ф.И. Шарков. - 2-е изд. - М.: Дашков и К: "Издательство Шаркова", 2012. - 272 с.: 60x84 1/16. (переплет) ISBN 978-5-394-01465-9, 1000 экз. http://znanium.com/bookread2.php?book=327924 Имиджелогия. Теория и практика: Учеб. пособие для студентов вузов Учебное пособие / Горчакова В.Г. - М.:ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 335 с.: 60x90 1/16 ISBN 978-5-238-02095-2 http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=872660	4/7
4	Тема 2. Имидж и репутация	Подготовка к аудиторным занятиям	Подготовить ответы на теоретические вопросы семинарского занятия,	Константы гудвилла: стиль, паблисити, репутация, имидж и бренд фирмы: Учебное пособие / Ф.И. Шарков. - 2-е изд. - М.: Дашков и К: "Издательство Шаркова", 2012. - 272 с.: 60x84 1/16. (переплет) ISBN 978-5-394-01465-9, 1000 экз. http://znanium.com/bookread2.php?book=327924 Имиджелогия. Теория и практика: Учеб. пособие для студентов вузов Учебное пособие для студентов вузов Учебное пособие / Горчакова В.Г. - М.:ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 335 с.: 60x90 1/16 ISBN 978-5-238-02095-2 http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=872660	4/7
6	Тема 3. Корпоративная культура как основа для построения репутации	Подготовка к аудиторным занятиям подготовка доклада	Подготовить ответы на теоретические вопросы семинарского занятия. Подготовить доклад (см. список примерных тем докладов, рефератов)	Кошлякова М. О. Технологии формирования имиджа[Электронный ресурс] / М. О. Кошлякова. - М.: РГУТиС, 2008. - 128 с. http://znanium.com/bookread2.php?book=365046 Козлова, Н.П. Особенности формирования деловой репутации современной компании: Монография / Н. П. Козлова. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2014. — 376 с. - ISBN 978-5-394-02437-5 http://znanium.com/bookread2.php?book=514171	4/9
8	Тема 4. Параметры деловой репутации	Подготовка к аудиторным занятиям	Подготовить ответы на теоретические вопросы семинарского занятия,	Козлова, Н.П. Особенности формирования деловой репутации современной компании: Монография / Н. П. Козлова. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2014. — 376 с. - ISBN 978-5-394-02437-5 http://znanium.com/bookread2.php?book=514171	4/8
10	Тема 5.	Подготовка к	Подготовить ответы на	Кошлякова М. О. Технологии формирования имиджа[Электронный ресурс] / М. О.	8/10

	Создание информационной основы репутации	аудиторным занятиям подготовка доклада	теоретические вопросы семинарского занятия. Подготовить доклад (см. список примерных тем докладов, рефератов)	Кошлякова. - М.: РГУТиС, 2008. - 128 с. http://znanium.com/bookread2.php?book=365046 Кузьмина О.Г. Бренд-менеджмент: Учеб. пособие. — М.: РИОР: ИНФРА-М, 2017. — 176 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). Режим доступа: http://znanium.com/bookread2.php?book=563783	
1 3	Тема 6. Технологии управления деловой репутацией компании	Подготовка к аудиторным занятиям подготовка доклада	Подготовить ответы на теоретические вопросы семинарского занятия. Подготовить доклад (см. список примерных тем докладов, рефератов)	Кошлякова М. О. Технологии формирования имиджа[Электронный ресурс] / М. О. Кошлякова. - М.: РГУТиС, 2008. - 128 с. http://znanium.com/bookread2.php?book=365046 Психология самопрезентации личности: Монография / О.А. Пикулева. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 320 с.: 60x90 1/16. - (Научная мысль; Психология). (переплет) ISBN 978-5-16-006926-5, 500 экз. http://znanium.com/bookread2.php?book=415060	6/9
1 5	Тема 7. Технологии управления деловой репутацией руководителя	Подготовка к аудиторным занятиям подготовка доклада	Подготовить ответы на теоретические вопросы семинарского занятия. Подготовить доклад (см. список примерных тем докладов, рефератов)	Кошлякова М. О. Технологии формирования имиджа[Электронный ресурс] / М. О. Кошлякова. - М.: РГУТиС, 2008. - 128 с. http://znanium.com/bookread2.php?book=365046 Психология самопрезентации личности: Монография / О.А. Пикулева. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 320 с.: 60x90 1/16. - (Научная мысль; Психология). (переплет) ISBN 978-5-16-006926-5, 500 экз. http://znanium.com/bookread2.php?book=415060	6/8
	Итого:				36/58

Организация текущего контроля знаний студентов осуществляется следующими методами: опрос по пройденному лекционному материалу, зачет.

6.2. Методические указания по организации самостоятельной работы студентов

Самостоятельная работа студентов наряду с аудиторной представляет одну из форм учебного процесса и является существенной его частью.

Под самостоятельной работой понимается планируемая работа студентов, выполняемая по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия. Она предназначена не только для овладения знаниями по определенным дисциплинам, но и для формирования навыков самостоятельной работы вообще, в учебной, научной и профессиональной деятельности, способности самостоятельно решать возникающие проблемы. Задачи самостоятельной работы студентов состоят, прежде всего, в том чтобы:

- закреплять знания и умения, полученные в часы аудиторных занятий;
- расширять и углублять их;

- формировать умения и навыки самообразования;
- развивать познавательную активность, самостоятельность мышления и творческие способности обучающихся.

Учебный процесс предполагает самостоятельную работу студента по углубленному изучению курса «Основы репутационного менеджмента» и освоению необходимых навыков работы исследователя. Самостоятельная работа по дисциплине «Основы репутационного менеджмента» включает:

- 1) текущую работу с лекционным материалом, предусматривающую проработку конспекта лекций и учебной литературы;
- 2) самостоятельное изучение дополнительных источников информации по темам занятий (соответствующие разделы учебников, учебных пособий и т.п.);
- 3) подготовку к семинарским занятиям;
- 4) подготовку ответов на контрольные вопросы по теме.

Самостоятельная работа студентов заочников заключается в том, чтобы в межсессионный период изучить материал учебной дисциплины «Основы репутационного менеджмента», используя лекционный материал, рекомендуемую литературу, а также ресурсы Интернет (учебники, монографии, научные статьи, нормативно-правовые акты). На основе изученного материала студент должен выполнить письменное задание: контрольную работу.

Методические указания к подготовке доклада

Важным фактором успешного освоения материала является правильная **подготовка к семинарским занятиям**. От того, насколько студент умеет обосновывать и излагать свою точку зрения, зависит, в конечном итоге, его профессиональная компетентность. Докладная система проведения семинарских занятий достаточно широко распространена в практике преподавания в вузе. Работа над докладом прививает навыки исследовательской деятельности, приобщает к опыту работы с аудиторией. Различаются два типа докладов: **информационные и проблемные**. Первый тип докладов, как правило, связан с анализом статьи, книги, творческой биографии того или иного мыслителя, знакомством с конкретным философским направлением и т. п. Главная задача такого доклада - пересказать (передать) информацию, которой владеет докладчик, всей аудитории доходчиво и понятно. Такой доклад должен быть аналитическим, в нем наряду с конкретной информацией должна прослеживаться позиция выступающего, его видение темы. Второй тип докладов - проблемный - гораздо сложнее, так как такой доклад носит поисковый характер, связан с постановкой и решением философской проблемы. В нем анализируются разнообразные подходы к проблеме, при этом докладчик должен сделать свой выбор и обосновать его. Выступление значительно выиграет, если докладчик проиллюстрирует некоторые положения доклада примерами. Нужно помнить, что непрерывное чтение доклада ведет к потере контакта со слушателями, поэтому к написанному тексту лучше обращаться только для отдельных справок, воспроизведения формулировок, цитат, выводов. Следует свободно, четко и точно излагать свои идеи. Если докладчик хорошо ориентируется в материале, то он без труда при необходимости сможет сократить доклад и даже перестроить его в соответствии с интересами аудитории. Поэтому важно, чтобы выступающий располагал гораздо большими знаниями по сообщаемой теме, чем те, которые он намерен сообщить. Доклад должен отличаться доказательностью, обоснованностью, убедительной формой сообщения и не превышать 10 минут.

Методические указания по написанию контрольной работы.

Написание контрольной работы по дисциплине способствует более углубленному изучению материала по теме. Это самостоятельный труд студента, позволяющий ему развить навыки работы с дополнительной литературой, навыки по систематизации

учебного материала, приобретать навыки логически верно аргументировать свою точку зрения и доказывать свою позицию, делать выводы.

При выполнении заданий контрольной работы студенту необходимо изучить материал по теме контрольной работы, проработав основные и дополнительные литературные источники. После того, как студент составит себе полное представление по теме и достаточно хорошо поймет материал, следует приступать к выполнению заданий контрольной работы. Излагая ответы на вопросы, студент должен стремиться к тому, чтобы предложения были, по возможности, короткими. В каждом предложении должна быть выдержана четко, ясно одна мысль. Студент не должен допускать предложений, смысл которых ему не ясен. При написании контрольной работы, следует помнить, что содержательность и аргументированность (доказательность) мыслей, приводимых в тексте работы, есть два важнейших обязательных условия, поднимающих работу до необходимого уровня. Поэтому текст следует писать своими словами, от руки, высказывать свои мысли, а заимствованные формулировки комментировать, вести полемику, там, где это нужно и возможно, приводить свои доводы и т.д.

Еще одно обязательное условие при выполнении контрольной работы - логическое, последовательное изложение материала в каждом вопросе и во всей работе. Завершать работу и ответы на вопросы следует кратко сформулированными основными положениями и выводами, не повторяя уже написанного, давая их сжато, в более обобщенном виде.

6.3. Материалы для проведения текущего и промежуточного контроля знаний студентов

Контроль освоения компетенций

№ п\п	Вид контроля	Контролируемые темы (разделы)	Компетенции, компоненты которых контролируются
1	текущий	Тема 1. Репутационный менеджмент основные понятия	ПК-2
2	текущий	Тема 2. Имидж и репутация	ПК-2
3	текущий	Тема 3. Корпоративная культура как основа для построения репутации	ПК-2
4	текущий	Тема 4. Параметры деловой репутации	ПК-2
5	текущий	Тема 5. Создание информационной основы репутации	ПК-2
6	текущий	Тема 6. Технологии управления деловой репутацией компании	ПК-2
7	текущий	Тема 7. Технологии управления деловой репутацией руководителя	ПК-2

Вопросы для контрольного опроса №1

1. Что собой представляет репутационный менеджмент?
2. Перечислите цели и задачи репутационного менеджмента
3. Раскройте понятия «имидж», «авторитет», «репутация».
4. В чем заключаются актуальность проблем, связанных с управлением имиджем и репутацией?

Вопросы для контрольного опроса №2

1. Перечислите основные типы имиджей и виды репутации.
2. Раскройте понятия корпоративного имиджа, корпоративной репутации.
3. В чем заключаются сходство и различие репутации и имиджа?
4. В чем заключается специфика делового имиджа?

Вопросы для контрольного опроса №3

1. Раскройте понятие «Корпоративная культура».
2. Назовите составляющие фирменного стиля.
3. Дайте характеристику понятиям: «Корпоративная философия», «Корпоративная миссия», «Корпоративные ценности».
4. Каким образом производится формирование и осознание внутренней общественностью корпоративной философии, системы ценностей и социальной миссии?

Вопросы для контрольного опроса №4

1. В чем заключаются преимущества репутации как стратегического актива?
2. Раскройте понятие «гудвилл».
3. Назовите целевые аудитории и компоненты репутации.
4. Охарактеризуйте методы расчета гудвилл.?

Вопросы для контрольного опроса №5

1. В чем суть репутационного аудита?
2. Что собой представляют информационный и коммуникационный аудит?
3. В чем суть формирование образа и процесса разработка «легенды» организации?
4. Охарактеризуйте основы информационной политики.

Вопросы для контрольного опроса №6

1. Назовите основные направления взаимодействия со СМИ.
2. В чем суть корпоративной социальной ответственности и благотворительности?
3. Охарактеризуйте основные направления разработки коммуникационной программы.
4. Какие требования предъявляются к построению системы внутрикорпоративных коммуникаций?

Вопросы для контрольного опроса №7

1. Назовите основные компоненты репутации руководителя.
2. В чем суть позиционирования компании через первое лицо?
3. Что собой представляет процесс создания образа и разработки «легенды» руководителя?
4. Перечислите правила поведения руководителя в типичных ситуациях (деловые переговоры, общение с коллегами и подчиненными, разговор по телефону).

Примерная тематика докладов

1. Проблематика репутационного менеджмента в условиях информационного общества.
2. Количественные и качественные методы оценки корпоративной репутации.
3. Репутация как социальный феномен.
4. Основные проблемы репутационного менеджмента в информационном обществе.
5. Искусство управления репутацией.
6. Основные средства повышения эффективности репутационного менеджмента.
7. Репутация как социальный феномен и понятие.
8. Проблема позиционирования корпоративной социальной ответственности.
9. Проблемы создания и развития стратегии удачного конкурентного позиционирования корпоративной репутации.
10. Ключевые механизмы репутационного менеджмента и их характеристика.
11. Основные этапы оценки корпоративного имиджа и репутации и их описание.
12. Корпоративная социальная ответственность в практике современных компаний.
13. Основные задачи стратегического менеджмента по изменению

корпоративной репутации.

14. Программа корпоративного позиционирования: проблемы разработки и реализации.
15. Структура оценки корпоративной репутации: её основные элементы.
16. Анализ различных групп целевой корпоративной аудитории.

Примерные темы контрольных работ для студентов заочного обучения

1. Методы формирования репутации.
2. Основные проблемы репутационного менеджмента в информационном обществе.
3. Методы исследования репутации (репутационный аудит).
4. Корпоративная социальная ответственность в программах управления репутацией.
5. Методы оценки корпоративного имиджа и репутации.
6. Видение и миссия как важнейшие факторы, влияющие на имидж и репутацию.
7. Корпоративная коммуникация и проблемы управления имиджем и репутацией.
8. Репутация и паблисити.
9. Пирамида репутации Гр. Даулинга.
10. Корпоративная аудитория: имидж и репутация с точки зрения разных групп.
11. Корпоративная индивидуальность и её роль в управлении имиджем и репутацией.
12. Коммуникационные стратегии защиты благоприятного имиджа и репутации в период кризиса.
13. Технологии создания персонального имиджа.
14. Имидж и репутация руководителя.
15. Особенности управления репутацией первого лица.
16. Корпоративная социальная ответственность (КСО) в системе репутационного менеджмента.
17. Спонсорство, филантропия и благотворительность.
18. Традиции корпоративной благотворительности в мире и в России.
19. Социальные программы известных компаний.
20. Современные коммуникации: блогосфера и социальные сети, корпоративный сайт.

Примерные вопросы к зачету по дисциплине «Основы репутационного менеджмента»

Вопросы для проверки уровня обученности «Знать»:

1. Понятия «имидж», «бренд», «авторитет», «репутация», «goodwill».
2. Понятие деловой репутации: вид и структура.
3. Классификация целевых аудиторий репутации Г. Даулинга.
4. Репутационный аудит: задача репутационного аудита, цели аудита внешних и внутренних коммуникаций.
5. Методы сбора необходимой информации для репутационного аудита:
6. Классификация СМИ: география распространения, виды
7. Мониторинг СМИ: параметры, методы оценки, тематика мониторинга
8. Современные коммуникации: блогосфера и социальные сети, корпоративный сайт.
9. Корпоративная социальная ответственность (КСО) в системе репутационного менеджмента

Вопросы для проверки уровня обученности «Уметь»:

1. Дайте характеристику компонентов репутации (финансовые, рыночные, корпоративные, социальные) и определите степень их влияния на те или иные социальные группы
2. Опишите меры по улучшению существующей репутации

3. Дайте характеристику наиболее типичным ключевым сообщениям, которые могут лечь в основу сюжета «легенды».
4. Выделите преимущества интернет-изданий по сравнению с прессой
5. Проанализируйте условия взаимопонимания и сотрудничества PR-специалиста и представителями СМИ.
6. Выделите различия в работе с информацией PR-специалиста и журналиста.
7. Дайте характеристику основных видов пресс-мероприятий и выделите их преимущества в каждой конкретной ситуации.
8. Проанализировать технологии работы PR-службы в условиях кризиса.
9. Проанализируйте внешние и внутренние причины возникновения кризисных ситуаций.
10. Выделите основные этапы разработки антикризисной коммуникационной стратегии.

Задания для проверки уровня обученности «Владеть»:

1. Из представленного перечня характеристик составьте таблицу отличий репутации от имиджа.
2. Из представленного перечня характеристик составьте таблицу отличий бренда от репутации.
3. Определите, какие компоненты репутации наиболее важны для каждой из четырех целевых аудиторий.
4. Проанализируйте указанную ситуацию. Ответьте на вопросы.
5. Разработайте стратегию приобретения «репутационного капитала», которая поможет решить задачу приобретения фирмой «своего лица», выхода ее из тени «непубличности».

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины «Основы репутационного менеджмента»

а) Основная литература

1. Константы гудвилла: стиль, паблисити, репутация, имидж и бренд фирмы: Учебное пособие / Ф.И. Шарков. - 2-е изд. - М.: Дашков и К: "Издательство Шаркова", 2012. - 272 с.: 60x84 1/16. (переплет) ISBN 978-5-394-01465-9, 1000 экз. <http://znanium.com/bookread2.php?book=327924>
2. Имиджелогия. Теория и практика: Учеб. пособие для студентов вузов Учебное пособие / Горчакова В.Г. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 335 с.: 60x90 1/16 ISBN 978-5-238-02095-2 <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=872660>
3. Кошлякова М. О. Технологии формирования имиджа [Электронный ресурс] / М. О. Кошлякова. - М.: РГУТиС, 2008. - 128 с. <http://znanium.com/bookread2.php?book=365046>

б) дополнительная:

1. Брендинг: Управление брендом: Учебное пособие / В.Л. Музыкант. - М.: ИЦ РИОР: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 316 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование: Бакалавриат). (переплет) ISBN 978-5-369-01236-9, 500 экз. Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=416049>
2. Дробо, К. Секреты сильного бренда: Как добиться коммерческой уникальности [Электронный ресурс] / Кевин Дробо; Пер. с англ. — М.: Альпина Бизнес Букс, 2014. —

276 с. - ISBN 5-9614-0109-X. Режим доступа:
<http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=519915>

3. Козлова, Н.П. Особенности формирования деловой репутации современной компании: Монография / Н. П. Козлова. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2014. — 376 с. - ISBN 978-5-394-02437-5 - <http://znanium.com/bookread2.php?book=514171>

4. Кузьмина О.Г. Бренд-менеджмент: Учеб. пособие. — М.: РИОР: ИНФРА-М, 2017. — 176 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=563783>

5. Психология самопрезентации личности: Монография / О.А. Пикулева. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 320 с.: 60x90 1/16. - (Научная мысль; Психология). (переплет) ISBN 978-5-16-006926-5, 500 экз. <http://znanium.com/bookread2.php?book=415060>

6. Чуланова, О.Л. Имиджология [Электронный ресурс] : учеб.-метод. пособие / О.Л. Чуланова; Сургут, гос. ун-т. - Сургут: Изд-во СурГУ, 2007. - 264 с. - ISBN 5-89545-235-3. <http://znanium.com/bookread2.php?book=504923>

в) базы данных, информационно-справочные и поисковые системы:

- Федеральный портал «Экономика. Социология. Менеджмент».
URL: <http://ecsocman.edu.ru>

- Электронный журнал по менеджменту. URL: <http://www.ts-ru.com>

- Сайт «Корпоративный менеджмент». URL: <http://www.cfin.ru>

- Административно-управленческий портал. URL: <http://www.aup.ru/management/>

- Библиотека журналиста и PR-специалиста. – URL: <http://evartist.narod.ru/journ.htm>

- Советник.ру. Профессиональный PR-портал. – URL: <http://www.sovetnik.ru/>

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины «Основы репутационного менеджмента»

Для обеспечения курса «Основы репутационного менеджмента» используются следующие материально-технические средства:

1. Для занятий лекционного и семинарского типа аудитории с комплектом учебной мебели, проектор и ноутбук для проведения различных видов занятий с использованием мультимедийных средств обучения.

2. для самостоятельной работы аудитории, оснащенные компьютерной техникой, с возможностью подключения к сети Интернет и обеспечением доступа в ЭИОС ПГУ.

3. Программное обеспечение:

лицензионное ПО:

- «MicrosoftWindows» (подписка DreamSpark / MicrosoftImagineStandart); регистрационный номер 00037 FFEVACF 8 FD7, договор № СД-130712001 от 12.07.2013;

- «MicrosoftOffice 2007» (подписка Eopen лицензия №63167487, лицензия №61853322 договор 2008г. бессрочный);

- «MicrosoftOffice 2007» (подписка Eopen лицензия №63167487, лицензия №61853322 договор 2008г. бессрочный);

- «Антивирус Касперского» 2016-2017, регистрационный номер KL4863RAUFQ, договор № ХП – 567116 от 29.08.2016;

- «Антивирус Касперского» 2017-2018, регистрационный номер KL4863RAUFQ, договор № 030-17-223 от 22.11.2017;

- свободно распространяемое ПО: Open Office; Mozilla Fire-fox; Google Chrome; Adobe Acrobat Reader.

Рабочая программа дисциплины «Основы репутационного менеджмента» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Программу составил:
к.с.н., доцент

Т.Т.Капезина

Настоящая программа не может быть воспроизведена ни в какой форме без предварительного письменного разрешения кафедры-разработчика программы.

Программа одобрена на заседании кафедры
«Философия и социальные коммуникации»

Протокол № 1

от «31» августа 2016 года

Зав. кафедрой

Н.В. Розенберг

Программа согласована с заведующим выпускающей кафедрой «Философия и социальные коммуникации» д.филос. н., доц. Розенберг Н.В.

Зав. кафедрой

Н.В. Розенберг

Программа одобрена методической комиссией Юридического факультета

Протокол № 1

от «6» сент. 2016 года

Председатель методической комиссии Юридического факультета

д. ю.н., проф. Романовский Г.Б.

**Сведения о переутверждении программы на очередной учебный год
и регистрации изменений**

Учебный год	Решение кафедры (№ протокола, дата, подпись зав. кафедрой)	Внесенные изменения	Номера листов (страниц)		
			заменен- ных	новых	аннулиро- ванных
2017-18	Протокол № 31 от 17.08.17 <i>Б.С.З.</i>	Б.у. изм.			