

## **АННОТАЦИЯ дисциплины Б1.Б.13.04 «Основы репутационного менеджмента»**

**Объем трудоемкости:** 5 зачетных единиц (180 часов, из них – 100,3 контактных часов: лекционных 32 ч., практических 32 ч.; 32 часа лабораторных; 44 часа самостоятельной работы; 35,7 часов контроль; 4 часа КСР; 0,3 ИКР).

**Цель освоения дисциплины** - целью освоения дисциплины является, во-первых, ознакомление обучающихся с новым видом управленческой деятельности в связях с общественностью и рекламе – управление репутацией, во-вторых, помощь в изучении технологий управления репутацией. Особое внимание уделяется экстремальным кризисным ситуациям в организациях самого широкого профиля; в-третьих, предлагаемый курс предоставляет возможность познакомиться с современными тенденциями построения репутации; в-четвертых, научиться применять инновационные технологии и выстраивать такую репутационную политику, чтобы профессионально преодолевать неизбежные кризисы и успешно разрешать сложные кризисные ситуации.

В процессе обучения студенты должны узнать основные проблемы и задачи кризисного управления связями с общественностью, уметь самостоятельно поставить «диагноз» в кризисной ситуации, спланировать возможный сценарий, провести тренинг, оценить уязвимые места и уметь принять правильное решение, иметь представление о методах, средствах, приемах оценки готовности организации к выходу из кризиса.

Учитывая возрастающую значимость антикризисного управления в связях с общественностью, необходимо рассмотреть антикризисный СО - менеджмент как часть стратегического репутационного планирования и управления коммуникациями в организациях.

### **Задачи дисциплины:**

Основные задачи дисциплины Б1.Б.13.04 «Основы репутационного менеджмента»:

- изучить объект и предмет репутационного менеджмента, его основные принципы и функции;
- показать многообразие видов современного репутационного менеджмента, отразить их специфику;
- ознакомить с технологиями проведения репутационного аудита организации;
- освоить практические навыки формирования рекламных и PR-программ формирования имиджа;
- запускать и обеспечивать сопровождение стратегии управления, продвижения или корректировки репутации организации;
- управлять репутацией первого лица организации;
- изучить основные методы формирования имиджа и репутации территории (города, края / области, региона).

### **Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы**

Учебная дисциплина Б1.Б.13.04 «Основы репутационного менеджмента» входит в состав вариативной части профессионального цикла основной образовательной программы бакалавриата по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью».

Предпосылкой успешного овладения дисциплиной является освоение следующих дисциплин: «Психология массовых коммуникаций», «Теория и практика массовой информации», «Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью». Освоение дисциплины «Основы репутационного менеджмента» будет способствовать

пополнению профессиональных знаний студентов в области связей с общественностью.

**Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы**

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся *общекультурных / профессиональных* компетенций (ОК/ПК)

| № п.п. | Индекс компетенции | Содержание компетенции (или её части)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны                                                                                                                         |                                                            |                                                                                                                             |
|--------|--------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|        |                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | знать                                                                                                                                                                               | уметь                                                      | владеть                                                                                                                     |
| 1      | <b>ОК-6</b>        | способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия                                                                                                                                                                                                                                                                                       | основы российской и зарубежной коммуникативистики, менеджмента;                                                                                                                     | анализировать процессы и явления, происходящие в обществе; | навыками систематизации, анализа и оценки различных явлений и процессов общества;                                           |
| 2      | <b>ПК-1</b>        | способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью | - теоретические основы менеджмента, специфику менеджмента и организации планирования;<br>- понятие репутации в юриспруденции и, менеджменте, маркетинге и связях с общественностью; | применять инструменты формирования имиджа и репутации;     | культурой мышления, способность к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке целей и выбору путей её достижения; |
| 3      | <b>ПК-6</b>        | способностью участвовать в создании                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | - преимущества, недостатки,                                                                                                                                                         | - проводить мониторинг изменения                           | - навыками формирования стратегии                                                                                           |

| № п.п. | Индекс компетенции | Содержание компетенции (или её части)                                                                  | В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны            |                                                          |                                              |
|--------|--------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------|----------------------------------------------|
|        |                    |                                                                                                        | знать                                                                  | уметь                                                    | владеть                                      |
|        |                    | эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации | условия использования, особенности реализации репутационных стратегий. | репутационных характеристик в процессе реализации плана. | удержания и улучшения репутационных позиций. |

### Основные разделы дисциплины

Разделы дисциплины, изучаемые в 7 семестре (для студентов ОФО)

| №  | Наименование разделов (тем)                                                 | Количество часов |                   |    |    |                      |
|----|-----------------------------------------------------------------------------|------------------|-------------------|----|----|----------------------|
|    |                                                                             | Всего            | Аудиторная работа |    |    | Внеаудиторная работа |
|    |                                                                             |                  | Л                 | ПЗ | ЛР | СРС                  |
| 1  | 2                                                                           | 3                | 4                 | 5  | 6  | 7                    |
| 1. | Понятие репутации и репутационного статуса                                  | 9                | 2                 | 2  | 2  | 3                    |
| 2. | Основные проблемы репутационного менеджмента                                | 9                | 2                 | 2  | 2  | 3                    |
| 3. | Методы формирования репутации                                               | 9                | 2                 | 2  | 2  | 3                    |
| 4. | Методы управления репутацией и ее изменения                                 | 9                | 2                 | 2  | 2  | 3                    |
| 5. | Корпоративная социальная ответственность в программах управления репутацией | 9                | 2                 | 2  | 2  | 3                    |
| 6. | Методы исследования репутации (репутационный аудит)                         | 9                | 2                 | 2  | 2  | 3                    |
| 7. | Методы оценки корпоративного имиджа и репутации                             | 8                | 2                 | 2  | 2  | 2                    |
| 8. | Особенности управления репутацией территории.<br><i>Итоговое занятие</i>    | 8                | 2                 | 2  | 2  | 2                    |
|    | <i>Итого по дисциплине:</i>                                                 |                  | 16                | 16 | 16 | 22                   |
|    |                                                                             |                  |                   |    |    |                      |

Разделы дисциплины, изучаемые в 8 семестре (для студентов ОФО)

| №  | Наименование разделов (тем)                       | Количество часов |                   |    |    |                      |
|----|---------------------------------------------------|------------------|-------------------|----|----|----------------------|
|    |                                                   | Всего            | Аудиторная работа |    |    | Внеаудиторная работа |
|    |                                                   |                  | Л                 | ПЗ | ЛР | СРС                  |
| 1  | 2                                                 | 3                | 4                 | 5  | 6  | 7                    |
| 1. | Общественность как объект формирования репутации. | 9                | 2                 | 2  | 2  | 3                    |
| 2. | Репутационные риски                               | 9                | 2                 | 2  | 2  | 3                    |
| 3. | Понятие кризиса                                   | 9                | 2                 | 2  | 2  | 3                    |
| 4. | Анализ уязвимости организации перед кризисом      | 9                | 2                 | 2  | 2  | 3                    |

|    |                                                |   |    |    |    |    |
|----|------------------------------------------------|---|----|----|----|----|
| 5. | Коммуникации и планирование предкризисных мер  | 9 | 2  | 2  | 2  | 3  |
| 6. | Проверка готовности организации перед кризисом | 9 | 2  | 2  | 2  | 3  |
| 7. | Мониторинг и оценка эффективности              | 8 | 2  | 2  | 2  | 2  |
| 8. | Кризис как разрешение противоречий             | 8 | 2  | 2  | 2  | 2  |
|    | <i>Итого по дисциплине:</i>                    |   | 16 | 16 | 16 | 22 |
|    |                                                |   |    |    |    |    |

**Курсовые работы:** *не предусмотрены*

**Форма проведения аттестации по дисциплине:** *зачет/экзамен*

**Основная литература:**

1. Чумиков, А.Н. Реклама и связи с общественностью: Имидж, репутация, бренд: Учеб. пособие для студентов вузов [Электронный ресурс] : учеб. пособие — Электрон. дан. — Москва : Аспект Пресс, 2014. — 159 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/68866>

Автор РПД: канд. ист. наук, доц., доц. Виноградова К.В.