

АННОТАЦИЯ дисциплины Б1.В.ДВ.10.02 «Репутационный менеджмент»

Объем трудоемкости: 1 зачетная единица (36 часов, 6,2 контактных часа, практических 6 ч.; 26 часов самостоятельной работы; 3,8 часа контроль, 0,2 ч. 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 «Репутационный менеджмент»:

- 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.В.ДВ.10.02 «Репутационный менеджмент» относится к вариативной части ФГОС по направлению подготовки ВО **42.04.02 Журналистика** (магистратура) (дисциплины по выбору).

Курс «Репутационный менеджмент» опирается на знания, полученные при изучении дисциплин «Теория и практика связей с общественностью», «Психология массовой коммуникации», «Основы менеджмента».

Освоение дисциплины «Репутационный менеджмент» будет способствовать пополнению профессиональных знаний 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 *общепрофессиональных /профессиональных* компетенций (ОПК/ПК)

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
1	ОПК-2	готовностью руководить коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия	основы российской и зарубежной коммуникативистики, социологии;	анализировать процессы и явления, происходящие в обществе;	навыками систематизации, анализа и оценки различных явлений и процессов общества;
2	ПК-3	готовностью осуществлять организационные, координационные, контролирующие обязанности, текущее планирование в соответствии со стратегией развития СМИ, медийных проектов	основные направления, тенденции и особенности осуществления организационных, координационных, контролирующих обязанностей, текущего планирования в соответствии со стратегией развития СМИ, медийных проектов	осуществлять организационные, координационные, контролирующие обязанности, текущее планирование в соответствии со стратегией развития СМИ, медийных проектов	навыками осуществления организационных, координационных, контролирующих обязанностей, текущего планирования в соответствии со стратегией развития СМИ, медийных проектов

Основные разделы дисциплины

Разделы дисциплины, изучаемые в 4 семестре (ЗФО)

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	СРС
1	2	3	4	5	6	7
1.	Основные проблемы репутационного менеджмента	5		1		4
2.	Методы формирования и управления репутацией. Репутационный аудит	5		1		4
3.	Репутационные риски	7		1		6
4.	Анализ уязвимости организации перед кризисом. Предкризисные мероприятия	5		1		4
5.	Связи с общественностью в кризисных ситуациях.	5		1		4
6.	Кризис как разрешение противоречий	8,8		1		4
	<i>Итого по дисциплине:</i>			6		26

Курсовые работы: *не предусмотрены*

Форма проведения аттестации по дисциплине: *зачет*

Основная литература:

1. Кочеткова, А. И. Антикризисное управление. Инструментарий [Электронный ресурс]: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / А. И. Кочеткова, П. Н. Кочетков. - М.: Юрайт, 2018. - 440 с. - <https://www.biblio-online.ru/book/7872D77A-EBB7-43AA-AF1E-D30BA4D8D3C9>.
2. Сальникова, Л. С. Деловая репутация: как создать и укрепить [Электронный ресурс]: учебное пособие / Л. С. Сальникова. - М.; Берлин: Директ-Медиа, 2016. - 271 с. - <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=435631>.
3. 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>
4. Шарков, Ф.И. Константы гудвилла: стиль, паблисити, репутация, имидж и бренд фирмы [Электронный ресурс]: учеб.пособие — Электрон. дан. — Москва: Дашков и К, 2017. — 270 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/93478>.

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