

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Кубанский государственный университет»
Факультет журналистики

УТВЕРЖДАЮ:

Проректор по учебной работе,
качеству образования – первый
проректор

Иванов А.Г.

2017г.



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
Б1.В.ДВ.10.02 РЕПУТАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ

(код и наименование дисциплины в соответствии с учебным планом)

Направление подготовки/специальность 42.04.02 журналистика
(код и наименование направления подготовки/специальности)

Магистерская программа «Паблик рилейшнз»
(наименование направленности (профиля) специализации)

Программа подготовки академическая
(академическая /прикладная)

Форма обучения заочная
(очная, очно-заочная, заочная)

Квалификация (степень) выпускника магистр
(бакалавр, магистр, специалист)

Краснодар 2017

Рабочая программа дисциплины Б1.В.ДВ.10.02 Репутационный менеджмент составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования (ФГОС ВО) по направлению подготовки 42.04.02 Журналистика, магистерская программа «Паблик Рилейшнз»

Программу составил(и):

К.В. Виноградова, доц., канд. истор. наук, доц.

И.О. Фамилия, должность, ученая степень, ученое звание


подпись

Рабочая программа дисциплины Б1.В.ДВ.10.02 Репутационный менеджмент утверждена на заседании кафедры рекламы и связей с общественностью протокол № 11-17 «15» июня 2017 г.

И.о. заведующего кафедрой

рекламы и связей с общественностью

Немец Г.Н.

фамилия, инициалы


подпись

Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры рекламы и связей с общественностью протокол № 11-17 «15» июня 2017 г.

И.о. заведующего кафедрой

рекламы и связей с общественностью

Немец Г.Н.

фамилия, инициалы


подпись

Утверждена на заседании учебно-методической комиссии факультета журналистики

протокол № 07-17 «21» июня 2017 г.

Председатель УМК факультета Патюкова Р.В.

фамилия, инициалы


подпись

Рецензенты:

П.Т. Сопкин, кандидат филологических наук, доц., проф. кафедры публицистики и журналистского мастерства ФГБОУ ВО «КубГУ»

И.В. Тер-Каспарова, бренд-менеджер Краснодарского филиала Банка «Возрождение» (ПАО)

1. Цели и задачи изучения дисциплины (модуля)

1.1. 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.

1.2 Задачи дисциплины

Основные задачи дисциплины Б1.В.ДВ.10.02 «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).

1.3 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.

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

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у

обучающихся *обще*профессиональных /*про*фессиональных 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

2. Структура и содержание дисциплины

2.1 Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ

2.1 Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 1 зач.ед. (36 часов), их распределение по видам работ представлено в таблице

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры (часы)			
		4			
Контактная работа, в том числе:					
Аудиторные занятия (всего):	6	6			
Занятия лекционного типа					
Лабораторные занятия					

Занятия семинарского типа (семинары, практические занятия)		6	6			
Иная контактная работа:						
Контроль самостоятельной работы (КСР)						
Промежуточная аттестация (ИКР)		0,2	0,2			
Самостоятельная работа, в том числе:						
<i>Курсовая работа – не предусмотрено</i>						
<i>Проработка учебного (теоретического материала)</i>		14	14			
<i>Выполнение индивидуальных заданий (подготовка сообщений, презентаций)</i>		4	4			
<i>Реферат</i>		4	4			
Подготовка к текущему контролю		4	4			
Контроль:		3,8	3,8			
Подготовка к экзамену						
Общая трудоемкость	час.	36	36			
	в том числе контактная работа	6,2	6,2			
	зач. ед	1	1			

2.2 Структура дисциплины:

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.
Разделы дисциплины, изучаемые в 4 семестре

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
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

2.3 Содержание разделов дисциплины:

2.3.1 Занятия лекционного типа– не предусмотрены

2.3.2 Занятия семинарского типа

№	Наименование раздела	Тематика практических занятий (семинаров)	Форма текущего контроля
1	2	3	4
1.	Основные проблемы репутационного менеджмента	Инструментарий имиджелогии в репутационном менеджменте. Характеристики имиджа (Т. Лебедева). Индивидуальный, обещающий, комплиментный, легитимный, идентичный имидж. Индивидуальный и корпоративный имидж. Бизнес-имидж и политический имидж. Структура индивидуального имиджа (Д.В. Ольшанский). Индивидуально-личностные черты, социальные черты, личностно-энергетические черты и пр. Архетипические структуры имиджа. Основополагающие имиджевые характеристики и дополнительные идентификаторы в структуре корпоративного имиджа (А.С. Ольшевский). Использование вторичных ассоциаций для улучшения корпоративного имиджа. Понятие совокупного имиджа. Использование в корпоративном позиционировании имиджа страны, отрасли, партнера по бизнесу.	опрос по ключевым аспектам раздела, реферат
2.	Методы формирования и управления репутацией. Репутационный аудит	Формирование репутации. Факторы формирования положительной репутации компании. Направления позиционирования. Определение репутационной стратегии. Объекты репутационных стратегий (руководство компании; сотрудники компании; продукция или услуги компании; достижения компании; финансовые показатели компании). Преимущества, недостатки, условия использования, особенности реализации репутационных стратегий. Разработка плана репутационных мероприятий. Инструменты репутационного менеджмента. Мониторинг изменения репутационных характеристик в процессе реализации плана. Особенности управления репутацией первого лица. Коммуникационный аудит и диагностика. Методики репутационного аудита. Выявление репутационных преимуществ. Анализ реализованных репутационных программ, их оценка и прогноз.	опрос по ключевым аспектам раздела, реферат
3.	Репутационные	Понятие «риск» и его соотношение с	опрос по ключевым

	риски	понятием «кризис». «Теория» управления рисками. Подходы к классификации рисков. Цели и задачи управления репутационным риском. Этапы управления репутационным риском: выявление репутационного риска, его оценка, мониторинг репутационного риска, контроль и/или минимизация выявленного риска.	аспектам раздела, реферат
4.	Анализ уязвимости организации перед кризисом. Предкризисные мероприятия	Диагностирование кризисных ситуаций. Планирование по принципу «ищем и решаем». Создание плана-программы. Прогноз–планирование уязвимых мест для распознавания вероятности кризиса. Сценарий «пробного» кризиса. Описание процедур активных действий до и во время кризиса.	опрос по ключевым аспектам раздела, реферат
5.	Связи с общественностью в кризисных ситуациях.	Предсказуемые события. Непредсказуемые события. Недостаточное финансирование. Риски в финансах. Биржевой кризис. Финансовый кризис. Экологический кризис. Этнические конфликты. Внутриорганизационный кризис. Комплексный подход к формированию лояльности сотрудников к организации. Особенности управления репутацией территориального бренда	опрос по ключевым аспектам раздела, реферат
6.	Кризис как разрешение противоречий	Кризис как разрешение латентных противоречий. Творчество, креативное мышление, профессионализм – защита от кризисов и экстремальных ситуаций. Возможные варианты выхода из кризиса	опрос по ключевым аспектам раздела, реферат

2.3.3 Лабораторные занятия – не предусмотрены

2.3.4 Примерная тематика курсовых работ (проектов) - не предусмотрено

2.4 Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

№	Вид СРС	Перечень учебно-методического обеспечения дисциплины по выполнению самостоятельной работы
1	2	3
1.	Самостоятельная проработка теоретического материала	Арутюнов, Ю. А. Антикризисное управление [Электронный ресурс]: учебник / Ю. А. Арутюнов. - М.: Юнити-Дана, 2015. - 416 с. - http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114722 . Кожанова В.Ю. Методические рекомендации по самостоятельной работе студентов. – Краснодар: КубГУ, 2017 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. 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 Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: массовые коммуникации и медиапланирование [Электронный ресурс]: учебник / Ф. И. Шарков, В. Н. Бузин; под общ.ред. Ф. И. Шаркова. - М.: Дашков и К°, 2015. - 488 с. - https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=454107&sr=1. 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.
2.	Выполнение индивидуальных заданий (подготовка сообщений, презентаций)	Арутюнов, Ю. А. Антикризисное управление [Электронный ресурс]: учебник / Ю. А. Арутюнов. - М.: Юнити-Дана, 2015. - 416 с. - http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114722. Кожанова В.Ю. Методические рекомендации по самостоятельной работе студентов. – Краснодар: КубГУ, 2017 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. 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 Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: массовые коммуникации и медиапланирование [Электронный ресурс]: учебник / Ф. И. Шарков, В. Н. Бузин; под общ.ред. Ф. И. Шаркова. - М.: Дашков и К°, 2015. - 488 с. - https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=454107&sr=1. 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.
3.	Реферат	Арутюнов, Ю. А. Антикризисное управление [Электронный ресурс]: учебник / Ю. А. Арутюнов. - М.: Юнити-Дана, 2015. - 416 с. - http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114722. Кожанова В.Ю. Методические рекомендации по самостоятельной работе студентов. – Краснодар: КубГУ, 2017 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. 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 Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: массовые коммуникации и медиапланирование [Электронный ресурс]: учебник / Ф. И. Шарков, В. Н. Бузин; под общ.ред. Ф. И. Шаркова. - М.: Дашков и К°, 2015. - 488 с. - https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=454107&sr=1 . 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 .
--	---

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ) предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

- в печатной форме увеличенным шрифтом,
- в форме электронного документа,

Для лиц с нарушениями слуха:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа,

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

3. Образовательные технологии

Для развития и формирования профессиональных навыков студентов в процессе освоения дисциплины предусмотрены традиционные лекции, проблемные лекции, практические занятия, самостоятельные работы по основным темам курса.

В соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки **42.04.02** Журналистика (магистратура) реализация компетентного подхода должна предусматривать использование в учебном процессе интерактивных форм проведения занятий, в сочетании с внеурочной работой с целью формирования и развития требуемых компетенций обучающихся. В рамках данного курса используется такая интерактивная форма проведения занятий как подготовка рефератов.

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья предусмотрена организация консультаций с использованием электронной почты.

4. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

4.1 Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля

4.1.1 Примерная тематика семинарских занятий:

Тема: Репутационные риски

Вопросы для подготовки:

1. Понятие «риск» и его соотношение с понятием «кризис».

2. «Теория» управления рисками. Подходы к классификации рисков.
3. Цели и задачи управления репутационным риском.
4. Этапы управления репутационным риском: выявление репутационного риска, его оценка, мониторинг репутационного риска, контроль и/или минимизация выявленного риска.

4.1.2 Примерные темы рефератов:

1. Репутация как нематериальный актив компании.
2. Репутация и социальный капитал.
3. Репутация и корпоративная индивидуальность (идентичность).
4. Инструментарий имиджологии в репутационном менеджменте. Характеристики имиджа (Т. Лебедева).
5. Бизнес-имидж и политический имидж.
6. Архетипические структуры имиджа.
7. Понятие совокупного имиджа.
8. Создание программы репутационного аудита организации по одной из методик (Гр. Даулинга, И. Олейника и А. Лапшова, Л. Сальниковой).
9. Факторы, влияющие на величину стоимости нематериальных активов и объектов интеллектуальной собственности.
10. Методики репутационного аудита (Гр. Даулинг, И. Олейник и А. Лапшов, Л. Сальникова).
11. Независимая оценка узнаваемости компании или персоны в значимых репутационных аудиториях.
12. Диагностика и анализ причин рассогласований между тем, каким видит себя объект репутации и каким он представляется окружающему миру.
13. Формирование стратегии удержания и улучшения репутационных позиций.
14. Оценка репутационного потенциала организаций-конкурентов.
15. Рейтинги корпоративной репутации.
16. Методы формирования репутации.
17. Обзор методов управления репутацией в определенной отрасли.
18. Определение конкурентных преимуществ и позиционирование организации как начальный этап управления репутацией.
19. Разработка плана репутационных мероприятий.
20. Мониторинг изменения репутационных характеристик в процессе реализации плана.
21. Продвижение в деловом сообществе.
22. Продвижение в профессиональном сообществе.
23. Продвижение в компании.
24. Направления социальной ответственности крупных компаний.
25. Профессиональная и корпоративная этика.
26. История развития корпоративной социальной ответственности в России.
27. Критерии спонсоринга.
28. Требования к спонсируемым проектам.
29. Наиболее часто спонсируемые области.
30. Социальные программы крупных компаний.
31. Спонсорство и благотворительность как инструмент продвижения компании и как инструмент репутационного менеджмента.

32. Проблематика репутационного менеджмента как социокультурного феномена современного информационного общества.
33. Репутация в контексте социальной психологии.
34. Искусство и наука управления репутацией.
35. Корпоративная культура и её значение в создании корпоративной репутации;
36. Антикризисная коммуникационная стратегия как инструмент защиты от репутационных потерь.

Методические указания, рекомендации и требования по подготовке реферата.

Реферат (Р) – письменная работа объемом 10-18 печатных страниц, выполняемая студентом в течение длительного срока (от одной недели до месяца), краткое точное изложение сущности какого-либо вопроса, темы на основе одной или нескольких книг, монографий или других первоисточников

Реферат должен содержать основные фактические сведения и выводы по рассматриваемому вопросу. Реферат отвечает на вопрос - что содержится в данной публикации (публикациях). В настоящее время, помимо реферирования прочитанной литературы, от студента требуется аргументированное изложение собственных мыслей по рассматриваемому вопросу. Тему реферата может предложить преподаватель или сам студент, в последнем случае она должна быть согласованна с преподавателем. В реферате нужны развернутые аргументы, рассуждения, сравнения. Материал подается не столько в развитии, сколько в форме констатации или описания.

Содержание реферируемого произведения излагается объективно от имени автора. Если в первичном документе главная мысль сформулирована недостаточно четко, в реферате она должна быть конкретизирована и выделена.

К основным функциям реферата следует отнести: информативную (ознакомительную); поисковую; справочную; сигнальную; индикативную; адресную коммуникативную. Степень выполнения этих функций зависит от содержательных и формальных качеств реферата, а также от того, кто и для каких целей их использует.

Требования к языку реферата: он должен отличаться точностью, краткостью, ясностью и простотой.

Структура реферата:

Титульный лист. После титульного листа на отдельной странице следует оглавление (план, содержание), в котором указаны названия всех разделов (пунктов плана) реферата и номера страниц, указывающие начало этих разделов в тексте реферата.

После оглавления следует введение. Объем введения составляет 1,5-2 страницы.

Основная часть реферата может иметь одну или несколько глав, состоящих из 2-3 параграфов (подпунктов, разделов) и предполагает осмысленное и логичное изложение главных положений и идей, содержащихся в изученной литературе. В тексте обязательны ссылки на первоисточники. В том случае если цитируется или используется чья-либо неординарная мысль, идея, вывод, приводится какой-либо цифрой материал, таблицу - обязательно сделайте ссылку на того автора у кого вы взяли данный материал.

Заключение содержит главные выводы, и итоги из текста основной части, в нем отмечается, как выполнены задачи и достигнуты ли цели, сформулированные во введении.

Библиография (список литературы) здесь указывается реально использованная для написания реферата литература.

Общие требования к тексту. Текст реферата должен подчиняться определенным требованиям: он должен раскрывать тему, обладать связностью и цельностью.

Раскрытие темы предполагает, что в тексте реферата излагается относящийся к теме материал и предлагаются пути решения содержащейся в теме проблемы; связность текста предполагает смысловую соотносительность отдельных компонентов, а цельность - смысловую законченность текста.

План реферата. Изложение материала в тексте должно подчиняться определенному плану – мыслительной схеме, позволяющей контролировать порядок расположения частей текста.

Требования к введению. Введение – начальная часть текста. Оно имеет своей целью сориентировать читателя в дальнейшем изложении. Во введении аргументируется актуальность исследования, – т.е. выявляется практическое и теоретическое значение данного исследования. Далее констатируется, что сделано в данной области предшественниками; перечисляются положения, которые должны быть обоснованы. Введение может также содержать обзор источников или экспериментальных данных, уточнение исходных понятий и терминов, сведения о методах исследования. Во введении обязательно формулируются цель и задачи реферата. Объем введения - в среднем около 10% от общего объема реферата.

Основная часть реферата раскрывает содержание темы. Она наиболее значительна по объему, наиболее значима и ответственна. В ней обосновываются основные тезисы реферата, приводятся развернутые аргументы, предполагаются гипотезы, касающиеся существа обсуждаемого вопроса. Важно проследить, чтобы основная часть не имела форму монолога. Аргументируя собственную позицию, можно и должно анализировать, и оценивать позиции различных исследователей, с чем-то соглашаться, чему-то возражать, кого-то опровергать. Установка на диалог позволит избежать некритического заимствования материала из чужих трудов - компиляции. Изложение материала основной части подчиняется собственному плану, что отражается в разделении текста на главы, параграфы, пункты.

Заключение – последняя часть научного текста. В ней краткой и сжатой форме излагаются полученные результаты, представляющие собой ответ на главный вопрос исследования. Здесь же могут намечаться и дальнейшие перспективы развития темы. Небольшое по объему сообщение также не может обойтись без заключительной части. В них должен подводиться итог проделанной работы.

Список использованной литературы. Реферат любого уровня сложности обязательно сопровождается списком используемой литературы. Названия книг в списке располагают по алфавиту с указанием выходных данных использованных книг.

Требования, предъявляемые к оформлению реферата. Объемы рефератов колеблются от 10-18 машинописных страниц. Работа выполняется на одной стороне листа стандартного формата. По обеим сторонам листа оставляются поля размером 35 мм. слева и 15 мм. справа, рекомендуется шрифт 12-14, интервал - 1,5. Все листы реферата должны быть пронумерованы. Каждый вопрос в тексте должен иметь заголовок в точном соответствии с наименованием в плане-оглавлении.

При проверке реферата преподавателем оцениваются:

- знания и умения на уровне требований стандарта конкретной дисциплины: знание фактического материала, усвоение общих представлений, понятий, идей;
- характеристика реализации цели и задач исследования (новизна и актуальность поставленных в реферате проблем, правильность формулирования цели, определения задач исследования, правильность выбора методов решения задач и реализации цели; соответствие выводов решаемым задачам, поставленной цели, убедительность выводов);
- степень обоснованности аргументов и обобщений (полнота, глубина, всесторонность раскрытия темы, логичность и последовательность изложения материала, корректность аргументации и системы доказательств, характер и достоверность примеров, иллюстративного материала, широта кругозора автора, наличие знаний интегрированного характера, способность к обобщению);
- качество и ценность полученных результатов (степень завершенности реферативного исследования, спорность или однозначность выводов).

Использование литературных источников. Культура письменного изложения материала. Культура оформления материалов работы.

Объективность оценки предусматривает отражение как положительных, так и отрицательных сторон работы. Рецензент оценивает работу по традиционной 10-балльной шкале, могут быть отдельно оценены разные компоненты работы, однако завершается отзыв рецензента одной итоговой оценкой.

4.2 Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации.

Контрольные вопросы для промежуточной формы контроля (зачет)

1. Понятие репутации и репутационного статуса
2. Основные проблемы репутационного менеджмента
3. Имидж, репутация и паблисити.
4. Репутация и корпоративная идентичность (индивидуальность).
5. Методы формирования репутации.
6. Методы управления репутацией и ее изменения
7. Корпоративная социальная ответственность в программах управления репутацией
8. Методы исследования репутации (репутационный аудит)
9. Методы оценки корпоративного имиджа и репутации
10. Разработка репутационной политики организации.
11. Определение репутационных характеристик и факторов в процессе формирования репутации.
12. Анализ корпоративной культуры предприятия.
13. Определение ключевых характеристик имиджа для различных целевых аудиторий.
14. Исследование имиджа.
15. Репутационная безопасность.
16. Коммуникационные стратегии защиты репутации.
17. Оценка репутации: качественные и количественные исследования.
18. Корпоративное позиционирование: поиск оснований. Разработка коммуникационной программы.
19. Особенности управления репутацией территории
20. Социокультурные основания брендинга территорий.
21. Технологии создания и управления корпоративными репутациями.
22. Социальные сети как коммуникационный канал формирования корпоративной репутации.
23. Антикризисные стратегии защиты благоприятного имиджа и репутации.
24. Механизмы репутационного менеджмента и средства повышения его эффективности.
25. Методы оценки корпоративного имиджа и репутации.
26. Общественность как объект формирования репутации.
27. Репутационные риски.
28. Понятие кризиса
29. Анализ уязвимости организации перед кризисом
30. Коммуникации и планирование предкризисных мер
31. Проверка готовности организации перед кризисом
32. Мониторинг и оценка эффективности

33. Кризисная ситуация как ресурс развития организации.
34. Пирамиды репутации Гр. Даулинга.
35. Методики репутационного аудита.
36. Определение репутационной стратегии.
37. Программы корпоративной социальной ответственности в репутационном менеджменте (в мире и в России).
38. Конфликт как закономерное явление.
39. Классификации кризисов.
40. Предупреждение кризиса.
41. Последствия воздействия кризиса на бизнес.
42. Планирование, прогнозирование вероятных кризисов, целевая аудитория кризиса
43. Стратегия и тактика поведения после определения ситуации как «кризисная».
44. Характер взаимодействия с группами общественности во время кризиса.
45. Порядок действий в ситуации «после кризиса».

Методические рекомендации, определяющие процедуры оценивания на зачете

Студенты обязаны сдать зачет в соответствии с расписанием и учебным планом. Зачет является формой контроля усвоения студентом учебной программы по дисциплине или ее части, выполнения практических, контрольных, реферативных работ.

Результат сдачи зачета по прослушанному курсу должны оцениваться как итог деятельности студента в семестре, а именно - по посещаемости лекций, результатам работы на практических занятиях, выполнения самостоятельной работы. При этом допускается на очной форме обучения пропуск не более 20% занятий, с обязательной отработкой пропущенных семинаров. Студенты, у которых количество пропусков, превышает установленную норму, не выполнившие все виды работ и неудовлетворительно работавшие в течение семестра, проходят собеседование с преподавателем, который опрашивает студента на предмет выявления знания основных положений дисциплины.

Критерии оценки:

- **оценка «зачтено»:** студент владеет теоретическими знаниями по данному разделу, допускает незначительные ошибки; студент умеет правильно объяснять материал, иллюстрируя его примерами.

- **оценка «не зачтено»:** материал не усвоен или усвоен частично, студент затрудняется привести примеры, довольно ограниченный объем знаний программного материала.

Оценочные средства для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья выбираются с учетом их индивидуальных психофизических особенностей.

– при необходимости инвалидам и лицам с ограниченными возможностями здоровья предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на экзамене;

– при проведении процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предусматривается использование технических средств, необходимых им в связи с их индивидуальными особенностями;

– при необходимости для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов процедура оценивания результатов обучения по дисциплине может проводиться в несколько этапов.

Процедура оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по дисциплине (модулю) предусматривает предоставление

информации в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

- в печатной форме увеличенным шрифтом,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями слуха:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

5. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

5.1 Основная литература:

1. 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>.
2. 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>
3. 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>.

Для освоения дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья имеются издания в электронном виде в электронно-библиотечных системах «Юрайт»:

5.2 Дополнительная литература:

1. Арутюнов, Ю. А. Антикризисное управление [Электронный ресурс]: учебник / Ю. А. Арутюнов. - М.: Юнити-Дана, 2015. - 416 с. - <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114722>.
2. Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: массовые коммуникации и медиапланирование [Электронный ресурс]: учебник / Ф. И. Шарков, В. Н. Бузин; под общ.ред. Ф. И. Шаркова. - М.: Дашков и К°, 2015. - 488 с. - https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=454107&sr=1.

5.3. Периодические издания:

1. Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика – URL: <http://www.journ.msu.ru/science/pub/msu-bulletin/>
2. Медиакоммуникация. Научный вестник Кубанского государственного университета – URL: <http://search.rsl.ru/en/record/01008481880>

6. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)

1. Справочно-правовая система «Консультант Плюс» (<http://www.consultant.ru>)
 2. Портал открытых данных Российской Федерации <https://data.gov.ru>
 3. База открытых данных Министерства труда и социальной защиты РФ <https://rosmintrud.ru/opendata>
 4. База данных Научной электронной библиотеки eLIBRARY.RU <https://elibrary.ru/>
 5. База данных Всероссийского института научной и технической информации (ВИНИТИ) РАН <http://www2.viniti.ru/>
 6. Базы данных в сфере интеллектуальной собственности, включая патентные базы данных www.rusnano.com
- Базы данных и аналитические публикации «Университетская информационная система РОССИЯ» <https://uisrussia.msu.ru/>

7. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Предполагает изучение литературы по курсу и подготовку практических заданий, подготовку к сдаче зачета и экзамена. Программа самостоятельного изучения курса обеспечена методическими материалами – Кожанова В.Ю. Методические рекомендации по самостоятельной работе студентов. – Краснодар: КубГУ, 2017

Практические занятия (ПЗ).

Практические занятия являются также аудиторными, проводятся в виде семинаров по заранее известным темам и предполагают не только обязательную предварительную подготовку, но и активное включение в семинар с помощью современных методов обучения. Они предназначены для более глубокого изучения определенных аспектов лекционного материала и обучения решению проблемных вопросов на практике.

Данный вид занятий предназначены для проведения текущего контроля успеваемости студентов, а также контроля самостоятельной (внеаудиторной) работы в форме опросов, оценки рефератов, презентаций. Время на подготовку к семинарским занятиям предоставляется студенту в соответствии графиком самостоятельной работы.

Методические указания к самостоятельной работе студентов

Самостоятельная работа - планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа студентов, выполняемая во внеаудиторное (аудиторное) время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия (при частичном непосредственном участии преподавателя, оставляющем ведущую роль за работой студентов). Целью самостоятельной работы студентов является овладение фундаментальными знаниями, профессиональными умениями и навыками деятельности по профилю, опытом творческой, исследовательской деятельности.

Самостоятельная работа студентов способствует развитию самостоятельности, ответственности и организованности, творческого подхода к решению проблем учебного и профессионального уровня. В процессе самостоятельной работы студент приобретает навыки самоорганизации, самоконтроля, самоуправления, саморефлексии и становится активным самостоятельным субъектом учебной деятельности.

Выполняя самостоятельную работу под контролем преподавателя, студент должен:

- освоить минимум содержания, выносимый на самостоятельную работу студентов и предложенный преподавателем в соответствии с Государственными образовательными стандартами высшего профессионального образования по данной дисциплине.
- планировать самостоятельную работу в соответствии с графиком самостоятельной работы, предложенным преподавателем.
- самостоятельную работу студент должен осуществлять в организационных формах, предусмотренных учебным планом и рабочей программой преподавателя.
- выполнять самостоятельную работу и отчитываться по ее результатам в соответствии с

графиком представления результатов, видами и сроками отчетности по самостоятельной работе студентов.

Студент может: сверх предложенного преподавателем (при обосновании и согласовании с ним) и минимума обязательного содержания, определяемого ФГОС ВО по данной дисциплине:

- самостоятельно определять уровень (глубину) проработки содержания материала;
- предлагать дополнительные темы и вопросы для самостоятельной проработки;
- в рамках общего графика выполнения самостоятельной работы предлагать обоснованный индивидуальный график выполнения и отчетности по результатам самостоятельной работы;
- предлагать свои варианты организационных форм самостоятельной работы;
- использовать для самостоятельной работы методические пособия, учебные пособия, разработки сверх предложенного преподавателем перечня;
- использовать не только контроль, но и самоконтроль результатов самостоятельной работы в соответствии с методами самоконтроля, предложенными преподавателем или выбранными самостоятельно.

Самостоятельная работа студентов должна оказывать важное влияние на формирование личности будущего специалиста, она планируется студентом самостоятельно. Каждый студент самостоятельно определяет режим своей работы и меру труда, затрачиваемого на овладение учебным содержанием по каждой дисциплине. Он выполняет внеаудиторную работу по личному индивидуальному плану, в зависимости от его подготовки, времени и других условий.

К формам самостоятельной работы относится написание рефератов, сообщений, подготовка презентаций. Выполнение индивидуальных занятий не является аудиторным. Самостоятельная работа является внеаудиторной и предназначена для самостоятельного ознакомления студента с определенными разделами курса по рекомендованным преподавателем источникам.

Самостоятельная работа студента предполагает различные формы индивидуальной учебной деятельности. Выбор видов самостоятельной работы определяется индивидуально-личностным подходом к обучению совместно преподавателем и студентом.

Изучение дисциплины «Репутационный менеджмент» осуществляется в форме учебных занятий под руководством профессорско-преподавательского состава кафедры и самостоятельной подготовки обучающихся. Основными видами учебных занятий по изучению данной дисциплины являются: практические занятия; консультация преподавателя (индивидуальная, групповая). При проведении учебных занятий используются элементы классических и современных педагогических технологий.

Предусматриваются следующие формы работы обучающихся: - чтение и конспектирование рекомендованной литературы; - проведение практических занятий.

В освоении дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья большое значение имеет индивидуальная учебная работа (консультации) – дополнительное разъяснение учебного материала.

Индивидуальные консультации по предмету являются важным фактором, способствующим индивидуализации обучения и установлению воспитательного контакта между преподавателем и обучающимся инвалидом или лицом с ограниченными возможностями здоровья.

8. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю) (при необходимости)

8.1 Перечень информационных технологий

Проверка домашних заданий и консультирование посредством электронной почты.

8.2 Перечень необходимого программного обеспечения

1. MicrosoftOffice 365 ProfessionalPlus – Пакет ПО для учащихся с использованием облачных технологий (Microsoft). Артикулправообладателя O365ProPlusforEDU ShrdSvr AllLng MonthlySubscriptions-VolumeLicense MVL 1License PerUsr STUUseBnft 5XS-00002. Соглашение Microsoft “Enrollment for Education Solutions” 72569510.Лицензионныйдоговор №73-АЭФ/223-ФЗ/2018. от 06.11.2018.

2. MicrosoftOffice 365 ProfessionalPlus – Пакет ПО для преподавателей и сотрудников с использованием облачных технологий (Microsoft). Артикулправообладателя O365ProPlusforEDU AllLng MonthlySubscriptions-VolumeLicense MVL 1License AddOn toOPP (код 5XS-00003). Соглашение Microsoft “Enrollment for Education Solutions” 72569510.Лицензионныйдоговор №73-АЭФ/223-ФЗ/2018. от 06.11.2018.

8.3. Перечень информационных справочных систем

1. ЭБС «BOOK.ru» <https://www.book.ru> ООО «КноРус медиа» Договор № 61/223-ФЗ от 09 января 2018 г.

2. ЭБС «ZNANIUM.COM» www.znanium.com ООО «ЗНАНИУМ» Договор № 1812/2017 от 18 декабря 2017 г.

3. ЭБС «Университетская библиотека онлайн» www.biblioclub.ru ООО «Директ-Медиа» Договор № 0811/2017/3 от 08 ноября 2017 г.

4. ЭБС «Юрайт» <http://www.biblio-online.ru> ООО Электронное издательство «Юрайт» Договор №0811/2017/2 от 08 ноября 2017 г.

5. ЭБС Издательства «Лань» <http://e.lanbook.com/> ООО Издательство «Лань» Договор № 99 от 30 ноября 2017 г.

9. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

№	Вид работ	Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля) и оснащенность
1.	Семинарские занятия	Аудитория для практических занятий (столы, стулья, доска), оборудование для презентаций – проектор, экран, ноутбук (ауд.: 202, 205, 301, 302, 310, 402, 410)
2.	Групповые (индивидуальные) консультации	Аудитория (столы, стулья) (ауд.: 209, 305, 307, 309, 406, 407, 408, 409, 411)
3.	Текущий контроль, промежуточная аттестация	Аудитория (столы, стулья) (ауд.: 209, 305, 307, 309, 406, 407, 408, 409, 411)
4.	Самостоятельная работа	Читальный зал библиотеки, кабинет для самостоятельной работы, оснащенный компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет», программой экранного увеличения и обеспеченный доступ

		в электронную информационно-образовательную среду университета (ауд.: 401)
--	--	--