

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«Астраханский государственный университет имени В. Н. Татищева»
(Астраханский государственный университет им. В. Н. Татищева)

СОГЛАСОВАНО
Руководитель ОПОП

Т.А. Тризно
«06» июня 2024 г.

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой журналистики и
медиакommunikаций

Г.С. Белолипская
«06» июня 2024 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
РЕПУТАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ

Составитель

**Лазуткина Е.В., к.филол.н., доцент кафедры
журналистики и медиакommunikаций**

Направление подготовки

**42.03.01 РЕКЛАМА И
СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ**

Направленность (профиль) ОПОП

Квалификация (степень)

бакалавр

Форма обучения

заочная

Год приема

2022

Курс

3

Семестр

5-6-7

Астрахань, 2024 г.

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1. Целью освоения дисциплины «Репутационный менеджмент» является обучение основным знаниям и навыкам профессионального менеджмента в сфере создания репутации в коммерческой и некоммерческой сферах.

1.2. Задачи освоения дисциплины:

- получение представления о понятии, концептуальных основах и сферах применения репутационного менеджмента;
- изучить особенности построения, управления и защиты репутации в сети Интернет;
- развить умение пользоваться методами анализа и исследования в репутационном менеджменте;
- научить самостоятельно выбирать эффективную стратегию управления персональной и корпоративной репутацией.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОПОП

2.1. Учебная дисциплина «Репутационный менеджмент» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, и осваивается в 5, 6 и 7 семестрах. Курс «Репутационный менеджмент» связан, с одной стороны, с дисциплинами социально-гуманитарного профиля, в которых он находит методологическое и теоретическое обоснование, при этом самая тесная связь обнаруживается с курсом эмпирической социологии, а с другой – с прикладными профессиональными дисциплинами.

2.2. Для успешного освоения данного курса студентам необходим комплекс знаний, полученных во время обучения в предшествующих семестрах, а также обеспечиваемых параллельно читаемыми дисциплинами, с которыми он корреспондируется. Это сведения о специфике профессии и применяемых технологиях («Технологии рекламы и связей с общественностью»), об особенностях интегрированных коммуникаций («Основы интегрированных коммуникаций (рекламы и связей с общественностью), о типах, видах и особенностях современных массмедиа и методах планирования («Основы медиапланирования»). Важно, чтобы студент имел представление о процессах массовой коммуникации и о факторах, которые оказывают влияние на эффективность ее функционирования («Основы теории коммуникации», «Теория и практика массовой информации»). Особая связь проявляется с дисциплинами общенаучного цикла – «Эмпирическая социология», «Психология», поскольку многие определения и методы являются для нее базовыми.

2.3. Последующие учебные дисциплины (модули) и (или) практики, для которых необходимы знания, умения, навыки, формируемые данной учебной дисциплиной (модулем):

Знания, полученные в процессе изучения курса «Репутационный менеджмент», могут выступать в качестве теоретико-методологических предпосылок для освоения дисциплин базовой и вариативной частей учебного плана: «Социология массовых коммуникаций», «Политический консалтинг» и др. Знания, умения и навыки, формируемые данной учебной дисциплиной, могут быть также востребованы при прохождении производственной практики, при подготовке научно-исследовательских и творческих работ.

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО и ОПОП ВО по данному направлению подготовки (специальности):

- а) универсальных (УК): –
- б) общепрофессиональных (ОПК): –
- в) профессиональных (ПК): ПК-1, ПК-5

Таблица 1. Декомпозиция результатов обучения

Код компетенции	Планируемые результаты освоения дисциплины		
	Знать (1)	Уметь (2)	Владеть (3)
ПК-1. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	ИПК 1.1.1. Знает специфику планирования мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии	ИПК 1.2.1. Умеет осуществлять тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии	ИПК 1.3.1. Владеет навыками реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий
ПК-5. Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности	ИПК 5.1.1. Знает принципы открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности	ИПК 5.2.1. Умеет опираться на принципы открытости и корпоративной социальной ответственности при подготовке текстов рекламы и связей с общественностью, разработке и реализации коммуникационного продукта	ИПК 5.3.1. Владеет навыками построения личной и корпоративной репутации

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Объем дисциплины составляет 144 часа, 4 зачетные единицы (4 з.е.): на контактную работу обучающихся с преподавателем 24 часа, из них лекционные занятия – 8 часов, практические занятия – 16 часов; на самостоятельную работу – 120 часов, итоговая форма аттестации – зачет и диф.зачет.

**Таблица 2.
Структура и содержание дисциплины (модуля)**

№ п/п	Наименование раздела, темы	Семестр	Контактная работа (в часах)			Самостоят. работа		Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра) Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Л	ПЗ	ЛР	КР	СР	
	Раздел I. Основные параметры деловой репутации							
1.	Тема 1. Понятие деловой репутации	5	1				15	Устный опрос, семинар
2.	Тема 2. Параметры деловой репутации	5	1				15	Устный опрос, семинар
3.	Тема 3. Создание информационной основы репутации	6	1	3			16	Устный опрос, семинар
4.	Тема 4. Репутация в условиях цифровой среды	6	1	3			16	Устный опрос, семинар
	Итого за семестр		4	6			62	Зачет
	Раздел II. Технологии управления репутацией							
1.	Тема 1. Технологии	7	1	3			14	Устный опрос, семинар

	управления деловой репутацией компании							
2.	Тема 2. Технологии управления деловой репутацией руководителя	7	1	3			14	Устный опрос, семинар
3.	Тема 3. Антикризисные коммуникации как инструмент защиты репутации	7	1	2			15	Устный опрос, семинар
4.	Тема 4. Управление карьерой	7	1	2			15	Устный опрос, семинар
Итого за семестр			4	10			58	Диф. зачет с оценкой
Итого за весь период			8	16			120	144

Условные обозначения:

Л – занятия лекционного типа; ПЗ – практические занятия, ЛР – лабораторные работы;

КР – курсовая работа; СР – самостоятельная работа по отдельным темам

Таблица 3. Матрица соотнесения тем/разделов учебной дисциплины / модуля и формируемых в них компетенций

Темы, разделы дисциплины	Кол-во часов	Код компетенции								общее количество компетенций
		1	2	3	4	5	6	7	п...	
Тема 1. Понятие деловой репутации	16	ПК-1	ПК-5							2
Тема 2. Параметры деловой репутации	16	ПК-1	ПК-5							2
Тема 3. Создание информационной основы репутации	20	ПК-1	ПК-5							2
Тема 4. Репутация в условиях цифровой среды	20	ПК-1	ПК-5							2
Итого	72									2
Тема 1. Технологии управления деловой репутацией компании	18	ПК-1	ПК-5							2
Тема 2. Технологии управления деловой репутацией руководителя	18	ПК-1	ПК-5							2
Тема 2. Антикризисные коммуникации как инструмент защиты репутации	18	ПК-1	ПК-5							2
Тема 4. Управление карьерой	18	ПК-1	ПК-5							2

Итого	72									2
Итого	144									2

Содержание дисциплины

Раздел I. Основные параметры деловой репутации

Тема 1. Понятие деловой репутации

Авторитет как предшественник репутации
Символы и реальность в многообразии современных авторитетов
Смена парадигмы бизнеса в условиях информационного общества
Репутация как важнейший нематериальный актив
Имидж и репутация: сходство и различие

Тема 2. Параметры деловой репутации

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

Тема 3. Создание информационной основы репутации

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

Тема 4. Репутация в условиях цифровой среды

Новые медиа
Роль больших данных (Big Data) в современном мире
Киберпреступность
Репутационные риски в эпоху цифровых технологий

Раздел II. Технологии управления репутацией

Тема 1. Технологии управления деловой репутацией компании

Взаимодействие со СМИ
Корпоративная социальная ответственность и благотворительность
Повышение инвестиционной привлекательности
Укрепление авторитета в органах власти
Построение системы внутрикорпоративных коммуникаций
Разработка коммуникационной программы

Тема 2. Технологии управления деловой репутацией руководителя

Репутация успешного человека
Позиционирование компании через первое лицо
Коммуникационный аудит и личностная диагностика
Создание образа и разработка «легенды»
Продвижение во внешних и внутренних аудиториях

Тема 3. Антикризисные коммуникации как инструмент защиты репутации

Управление репутационными рисками

Виды кризисов и особенности коммуникаций

Технологии работы PR-службы в условиях кризиса

Юридическая защита деловой репутации

Кризис как способ продвижения

Тема 4. Управление карьерой

Выбор карьерной стратегии

Управление карьерными рисками

Создание персонального бренда

Технологии карьерного продвижения

Особенности коммуникационной программы

5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ПРЕПОДАВАНИЮ И ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

5.1. Указания для преподавателей по организации и проведению учебных занятий по дисциплине (модулю)

При подготовке к лекции, семинарским занятиям, выполнению самостоятельных работ необходимо воспользоваться системой «Электронное образование»:

<https://moodle.asu.edu.ru/course/view.php?id=832>

Студенты могут работать с текстами лекций и практических занятий в электронном виде, т.к. они расположены в LMS Moodle «Электронное образование» на сайте АГУ.

Подготовка к практическому (семинарскому) занятию начинается с тщательного ознакомления с условиями предстоящей работы, т. е. с обращения к вопросам семинарских занятий. Определившись с проблемой, следует обратиться к рекомендуемой литературе. При подготовке к практическому (семинарскому) занятию обязательно требуется изучение дополнительной литературы по теме занятия. Без использования нескольких источников информации невозможно проведение дискуссии на занятиях, обоснование собственной позиции, построение аргументации.

Если обсуждаемый аспект носит дискуссионный характер, следует изучить существующие точки зрения и выбрать тот подход, который вам кажется наиболее верным. При этом следует учитывать необходимость обязательной аргументации собственной позиции. Во время практических занятий рекомендуется активно участвовать в обсуждении рассматриваемой темы, принимать участие в выполнении практических заданий.

С целью обеспечения успешного обучения студент должен готовиться к лекции, поскольку она является важной формой организации учебного процесса: знакомит с новым учебным материалом; разъясняет учебные элементы, трудные для понимания; систематизирует учебный материал; ориентирует в учебном процессе.

К зачету необходимо готовиться целенаправленно, регулярно, систематически и с первых дней обучения по дисциплине.

В самом начале учебного курса студенту следует познакомиться со следующей учебно-методической документацией:

- программой дисциплины;
- перечнем знаний и умений, которыми студент должен овладеть;
- тематическими планами лекций, семинарских занятий;
- контрольными мероприятиями;
- учебными пособиями по дисциплине;
- перечнем вопросов к зачету.

После этого у студента должно сформироваться четкое представление об объеме и характере знаний и умений, которыми надо будет овладеть по дисциплине. Систематическое вы-

полнение учебной работы на лекциях, семинарских занятиях и в процессе самостоятельной работы позволит успешно освоить дисциплину и создать хорошую базу для сдачи зачета.

5.2. Указания для обучающихся по освоению дисциплины (модулю)

Самостоятельная работа студентов представлена в следующих формах: подготовка к собеседованию

Таблица 4. Содержание самостоятельной работы обучающихся

Номер раздела (темы)	Кол-во часов	Формы работы
<i>Раздел I. Основные параметры деловой репутации</i>		
<i>Тема 1. Понятие деловой репутации</i> Определение ключевых характеристик имиджа для различных целевых аудиторий	15	Подготовка к собеседованию
<i>Тема 2. Параметры деловой репутации</i> Определение репутационных характеристик и факторов в процессе формирования репутации	15	Подготовка к собеседованию
<i>Тема 3. Создание информационной основы репутации</i> Анализ корпоративной культуры предприятия	16	Подготовка к собеседованию
<i>Тема 4. Репутация в условиях цифровой среды</i> Репутационная безопасность	16	Подготовка к собеседованию
<i>Раздел II. Технологии управления репутацией</i>		Подготовка к собеседованию
<i>Тема 1. Технологии управления деловой репутацией компании</i> Разработка репутационной политики организации	14	Подготовка к собеседованию
<i>Тема 2. Технологии управления деловой репутацией руководителя</i> Коммуникационные стратегии защиты репутации	14	Подготовка к собеседованию
<i>Тема 3. Антикризисные коммуникации как инструмент защиты репутации</i> Корпоративное позиционирование Традиции корпоративной благотворительности в мире и в России	15	Подготовка к собеседованию
<i>Тема 4. Управление карьерой</i> Формы подготовки резюме	15	Подготовка к собеседованию

5.3. Виды и формы письменных работ, предусмотренных при освоении дисциплины, выполняемые обучающимися самостоятельно.

Методические рекомендации по выполнению практических заданий

Практические (творческие) задания как форма самостоятельной работы, представляют подготовку самостоятельного развернутого ответа по конкретной теме или вопросу. Задания преподаватель предлагает специально для каждой группы, с учетом профиля, по которому группа специализируется и потенциала группы. В ходе выполнения творческих заданий студен-

ты работают индивидуально и в группах, что способствует развитию, как личной творческой инициативы, так и умению работать в команде. Таким образом, развитие и формирование компетенций в курсе будет способствовать эффективности профессиональной деятельности.

Методические рекомендации по выполнению контрольных работ, проведению зачета

Контрольные работы

Контрольная работа состоит из 2-х заданий. Основаниями для снижения оценки за задание являются:

- ошибки в объяснениях и комментариях при верно выполненном задании;
- неполный ответ для теоретических заданий;
- небрежное выполнение;
- многократное переписывание контрольной работы.

Задание не может быть засчитано, если:

- даны два неверных ответа на теоретические вопросы.

Проведение зачета

Оценивание студентов на зачете осуществляется в соответствии с требованиями и критериями 100-балльной шкалы. Учитываются результаты текущего контроля, а также знания, навыки и умения, показанные студентами в ходе зачета.

Текущий контроль осуществляется в ходе учебного процесса и консультирования студентов, по результатам выполнения самостоятельных, тематических контрольных работ. Он предусматривает проверку готовности студентов к плановым занятиям, оценку качества и самостоятельности выполнения заданий на лабораторных занятиях, проверку правильности выполнения заданий, выданных на самостоятельную проработку.

На зачете осуществляется комплексная проверка знаний, навыков и умений студентов по всему теоретическому материалу дисциплины и с проверкой практических навыков и умений. Теоретические знания оцениваются путем компьютерного тестирования или на основании письменных ответов студентов по нескольким теоретическим вопросам.

6. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ И ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки реализация компетентностного подхода должна предусматривать широкое использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий (компьютерных симуляций, деловых и ролевых игр, разбора конкретных ситуаций, психологических и иных тренингов, диспутов, дебатов, портфолио, круглых столов и пр.) в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития требуемых компетенций обучающихся.

6.1. Образовательные технологии

В соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки бакалавров в рамках изучения дисциплины предусмотрено использование в учебном процессе следующих активных и интерактивных форм проведения занятий:

Таблица 5. Образовательные технологии, используемые при реализации учебных занятий

Раздел, тема дисциплины (модуля)	Форма учебного занятия		
	Лекция	Практическое занятие, семинар	Лабораторная работа
Раздел I. Основные параметры деловой репутации			
Тема 1. Понятие деловой репутации	Обзорная лекция	Семинар	Не предусмотрено

Тема 2. Параметры деловой репутации	Лекция-диалог	Семинар	Не предусмотрено
Тема 3. Создание информационной основы репутации	Обзорная лекция	Семинар	Не предусмотрено
Тема 4. Репутация в условиях цифровой среды	Лекция-диалог	Семинар	Не предусмотрено
Раздел II. Технологии управления репутацией			
Тема 1. Технологии управления деловой репутацией компании	Лекция-диалог	Семинар	Не предусмотрено
Тема 2. Технологии управления деловой репутацией руководителя	Лекция-диалог	Семинар	Не предусмотрено
Тема 3. Антикризисные коммуникации как инструмент защиты репутации	Лекция-диалог	Семинар	Не предусмотрено
Тема 4. Управление карьерой	Лекция-диалог	Семинар	Не предусмотрено

6.2. Информационные технологии

- использование электронных учебников и различных сайтов (например, электронные библиотеки, журналы и т.д.) как источник информации;
- использование интерактивных средств взаимодействия участников образовательного процесса (технологии дистанционного или открытого обучения в глобальной сети (веб-конференции, форумы, учебно-методические материалы и др.));
- использование средств представления учебной информации (электронных учебных пособий и практикумов, применение новых технологий для проведения очных (традиционных) лекций и семинаров с использованием презентаций и т.д.);
- использование виртуальной обучающей среды (LMS Moodle «Электронное образование»).

6.3. Программное обеспечение, современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

6.3.1. Программное обеспечение

1. Браузер – Google Chrome, Opera,
2. Операционная система – Windows 10,
3. Офисная программа – MS Office 2013,
4. Программа для просмотра электронных документов – Adobe Reader.
5. Платформа дистанционного обучения LMS Moodle «Электронное образование».

6.3.2. Современные профессиональные базы данных, информационные справочные системы

1. Электронный каталог Научной библиотеки АГУ на базе MARK SQL НПО «Информ-систем». <https://library.asu.edu.ru/catalog/>
2. Электронная библиотека «Астраханский государственный университет» собственной генерации на электронной платформе ЭБС «Электронный Читальный зал – БиблиоТех». <https://biblio.asu.edu.ru>

7. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

7.1. Паспорт фонда оценочных средств

При проведении текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине (модулю) «Репутационный менеджмент» проверяется сформированность у обучающихся компетен-

ций, указанных в разделе 3 настоящей программы. Этапность формирования данных компетенций в процессе освоения образовательной программы определяется последовательным освоением дисциплин (модулей) и прохождением практик, а в процессе освоения дисциплины (модуля) – последовательным достижением результатов освоения содержательно связанных между собой разделов, тем.

Таблица 6. Соответствие изучаемых разделов, результатов обучения и оценочных средств

Контролируемые разделы дисциплины (модуля)	Код контролируемой компетенции (компетенций)	Наименование оценочного средства
<i>Раздел I. Основные параметры деловой репутации</i>		
Тема 1. Понятие деловой репутации	ПК-1, ПК-5	Устный опрос, семинар
Тема 2. Параметры деловой репутации	ПК-1, ПК-5	Устный опрос, семинар
Тема 3. Создание информационной основы репутации	ПК-1, ПК-5	Устный опрос, семинар
Тема 4. Репутация в условиях цифровой среды	ПК-1, ПК-5	Устный опрос, семинар
<i>Раздел II. Технологии управления репутацией</i>		
Тема 1. Технологии управления деловой репутацией компании	ПК-1, ПК-5	Устный опрос, семинар
Тема 2. Технологии управления деловой репутацией руководителя	ПК-1, ПК-5	Устный опрос, семинар
Тема 3. Антикризисные коммуникации как инструмент защиты репутации	ПК-1, ПК-5	Устный опрос, семинар
Тема 4. Управление карьерой	ПК-1, ПК-5	Устный опрос, семинар

7.2 Описание показателей и критериев оценивания компетенций, описание шкал оценивания

**Таблица 7.
Показатели оценивания результатов обучения в виде знаний**

Шкала оценивания	Критерии оценивания
5 «отлично»	демонстрирует глубокое знание теоретического материала, умение обоснованно излагать свои мысли по обсуждаемым вопросам, способность полно, правильно и аргументированно отвечать на вопросы, приводить примеры
4 «хорошо»	демонстрирует знание теоретического материала, его последовательное изложение, способность приводить примеры, допускает единичные ошибки, исправляемые после замечания преподавателя
3 «удовлетворительно»	демонстрирует неполное, фрагментарное знание теоретического материала, требующее наводящих вопросов преподавателя, допускает существенные ошибки в его изложении, затрудняется в приведении примеров и формулировке выводов
2	демонстрирует существенные пробелы в знании теоретического материала,

«неудовлетворительно»	не способен его изложить и ответить на наводящие вопросы преподавателя, не может привести примеры
-----------------------	---

Таблица 8.

Показатели оценивания результатов обучения в виде умений и владений

Шкала оценивания	Критерии оценивания
5 «отлично»	демонстрирует способность применять знание теоретического материала при выполнении заданий, последовательно и правильно выполняет задания, умеет обоснованно излагать свои мысли и делать необходимые выводы
4 «хорошо»	демонстрирует способность применять знание теоретического материала при выполнении заданий, последовательно и правильно выполняет задания, умеет обоснованно излагать свои мысли и делать необходимые выводы, допускает единичные ошибки, исправляемые после замечания преподавателя
3 «удовлетворительно»	демонстрирует отдельные, несистематизированные навыки, не способен применить знание теоретического материала при выполнении заданий, испытывает затруднения и допускает ошибки при выполнении заданий, выполняет задание при подсказке преподавателя, затрудняется в формулировке выводов
2 «неудовлетворительно»	не способен правильно выполнить задание

7.3. Контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов обучения по дисциплине (модулю)

Раздел I. Основные параметры деловой репутации

Тема 1. Понятие деловой репутации

Вопросы семинара

Авторитет как предшественник репутации

Символы и реальность в многообразии современных авторитетов

Смена парадигмы бизнеса в условиях информационного общества

Репутация как важнейший нематериальный актив

Имидж и репутация: сходство и различие

Тема 2. Параметры деловой репутации

Вопросы семинара

Преимущества репутации как стратегического актива

Понятие и методы расчета гудвилл

Целевые аудитории репутации

Компоненты репутации

Рейтинги репутации

Тема 3. Создание информационной основы репутации

Вопросы семинара

Репутационный аудит

Информационный и коммуникационный аудит

Разработка «легенды»

Формирование образа

Основы информационной политики

Тема 4. Репутация в условиях цифровой среды

Вопросы семинара

Роль средств массовой коммуникации в формировании репутации

Новые медиа

Роль больших данных (Big Data) в современном мире

Киберпреступность

Репутационные риски в эпоху цифровых технологий

Раздел II. Технологии управления репутацией

Тема 1. Технологии управления деловой репутацией компании

Вопросы семинара

Взаимодействие со СМИ

Корпоративная социальная ответственность и благотворительность

Повышение инвестиционной привлекательности

Укрепление авторитета в органах власти

Построение системы внутрикорпоративных коммуникаций

Разработка коммуникационной программы

Тема 2. Технологии управления деловой репутацией руководителя

Вопросы семинара

Репутация успешного человека

Позиционирование компании через первое лицо

Коммуникационный аудит и личностная диагностика

Создание образа и разработка «легенды»

Продвижение во внешних и внутренних аудиториях

Тема 3. Антикризисные коммуникации как инструмент защиты репутации

Вопросы семинара

Управление репутационными рисками

Виды кризисов и особенности коммуникаций

Юридическая защита деловой репутации

Кризис как способ продвижения

Тема 4. Управление карьерой

Вопросы семинара

Выбор карьерной стратегии

Управление карьерными рисками

Создание персонального бренда

Технологии карьерного продвижения

Имидж при поиске работы

Самопрезентация. Самоимиджирование

Темы контрольных работ

Раздел I. Основные параметры деловой репутации

1. Создайте модель корпоративной идентичности для компании.
2. Создайте программу репутационного аудита организации.

Раздел II. Технологии управления репутацией

1. Мини-исследование по проблемам управления репутацией в цифровой среде.
2. Мини-исследование по проблемам репутации общественного деятеля.

Исследования базируется на анализе дополнительной литературы (научные, журналистские статьи, данные социологических исследований) по выбранной теме.

Требования к презентации мини-исследования:

- исследование обязательно включает основной исследовательский вопрос, чётко сформулированную гипотезу, методологию, теоретическую базу, результаты и вывод;
- в ходе исследования необходимо систематизировать и проанализировать не менее трех примеров по исследуемому вопросу;
- теоретическая база должна включать как минимум 3 научных источника (из них – не менее одной научной статьи по исследуемому вопросу), список литературы должен быть отражён в презентации;
- формат презентации – 10 минут.

Преподаватель, реализующий дисциплину (модуль), в зависимости от уровня подготовленности обучающихся может использовать иные формы, методы контроля и оценочные средства, исходя из конкретной ситуации.

Перечень вопросов и заданий, выносимых на зачет

Раздел I. Основные параметры деловой репутации

Имидж и репутация: сходство и различие
 Преимущества репутации как стратегического актива
 Целевые аудитории репутации
 Компоненты репутации
 Репутационный аудит
 Информационный и коммуникационный аудит
 Основы информационной политики
 Репутационные риски в эпоху цифровых технологий

Раздел II. Технологии управления репутацией

Технологии управления деловой репутацией компании
 Разработка коммуникационной программы
 Технологии управления деловой репутацией руководителя
 Позиционирование компании через первое лицо
 Управление репутационными рисками
 Виды кризисов и особенности коммуникаций
 Юридическая защита деловой репутации
 Управление карьерными рисками
 Создание персонального бренда
 Технологии карьерного продвижения

Таблица 9. Примеры оценочных средств с ключами правильных ответов

№ п/п	Тип задания	Формулировка задания	Правильный ответ	Время выполнения (в минутах)
Код и наименование проверяемой компетенции ПК-1. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий				
1.	Задание закрытого типа	Благотворительность деятельность, которая:	1	3

№ п/п	Тип задания	Формулировка задания	Правильный ответ	Время выполнения (в минутах)
		1. осуществляется безвозмездно 2. осуществляется по решению правительства 3. предполагает финансовые обязательства со стороны получающих поддержку		
2		В репутационном менеджменте функция делового общения, которая используется как средство объединения деловых партнеров в рамках управления репутацией? 1. интегративная 2. интерактивная 3. социализации 4. экспрессивная	1	3
3		В репутационном менеджменте процесс коммуникативной деятельности, регулирующий взаимодействие партнеров в общении: 1. вербальный 2. интерактивный 3. коммуникативный 4. перцептивный	2	3
4		Взаимодействие двух или более людей, состоящее в обмене информацией общего, познавательного или профессионального характера. 1. общение 2. практика 3. соревнование	1	3
5		Имидж носит характер: 1. общий	3	3

№ п/п	Тип задания	Формулировка задания	Правильный ответ	Время выполнения (в минутах)
		2. подписной 3. стереотипный 4. частный		
1.	Задание открытого типа	Каждый орган государственного управления имеет свои подразделения, осуществляющие социальные взаимодействия – это	служба связей с общественностью	2
2.		Когда трудно отстоять свою точку зрения в ходе деловой беседы, то необходимо	избегать прямого противоречия с мнением партнера	2
3.		Работа по повышению репутации и формированию имиджа на местном уровне отличается тем, что должна иметь:	высокую степень доверия населения	2
4.		Целенаправленно формируемый образ с целью популяризации или рекламы	имидж	2
5.				2
Код и наименование проверяемой компетенции ПК-5. Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности				
1	Задание закрытого типа	Признаками кризисной ситуации являются: 1. все, вместе взятое 2. нарушение стабильности роста и развития 3. нарушение финансовой стабильности 4. прекращение нормального режима производственного процесса 5. угроза корпоративной репутации	1	3
2		Что из перечисленного не является функцией деловой беседы: 1. взаимное общение 2. достижение дого-	2	3

№ п/п	Тип задания	Формулировка задания	Правильный ответ	Время выполнения (в минутах)
		воренностей 3. поддержание делового контакта 4. разработка рабочих идей		
3		Что включает в себя содержательный аспект переговоров? 1. анализ проблем и интересов 2. выбор времени переговоров 3. определение места переговоров 4. определение состава участников переговоров	1	3
4		Тип регулярного совещания выделяется по: 1. назначению 2. периодичности 3. принадлежности 4. степени стабильности состава участников	1	3
5		С чего начинается подготовка переговоров? 1.с анализа проблемы 2.с выбора партнеров для общения 3.с первых контактов с партнером 4.с планирования организационных моментов	2	3
1.	Задание открытого типа	Разновидность переговоров, подразумевающая обращение к третьему лицу?	третейский суд	2
2.		Процесс влияния заинтересованных групп на принятие решений властными структурами	лоббирование	2
3.		Основной элемент корпоративного стиля	товарный знак, логотип, слоган	2

№ п/п	Тип задания	Формулировка задания	Правильный ответ	Время выполнения (в минутах)
		государственного и муниципального служащего являются:		
4.		Начинать переговоры с конфликтными или несговорчивыми партнерами лучше с:	рассмотрение тех моментов, которые не вызывают сомнения у вас обоих	2
5.		Социальную базу общества для развития связей с общественностью в органах власти, повышения их репутации и формирования позитивного имиджа составляют:	люди	2

Критерии оценки выполнения задания

Оценка	Критерии оценивания
Неудовлетворительно	от 0% до 30% правильных ответов из общего числа тестовых заданий
Удовлетворительно	от 31% до 50% правильных ответов из общего числа тестовых заданий
Хорошо	от 51% до 80% правильных ответов из общего числа тестовых заданий
Отлично	от 81% до 100% правильных ответов из общего числа тестовых заданий

7.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов обучения по дисциплине (модулю)

Контроль и отчетность по дисциплине осуществляется в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки знаний и умений студентов. Аттестация студентов осуществляется также в соответствии с Положением о балльно-рейтинговой системе АГУ. Если промежуточная аттестация проводится в форме экзамена, то расчет общей оценки учебных достижений студента в семестре осуществляется так: текущая аттестация – 40 баллов, экзамен – 50 баллов, бонусы – 10 баллов (отсутствие пропусков занятий и лекций). Если промежуточная аттестация проводится в форме зачета, то расчет общей оценки учебных достижений студента в семестре осуществляется так: текущая аттестация – 90 баллов, бонусы – 10 баллов (отсутствие пропусков занятий и лекций).

В течение всего учебного года студентам нужно активно работать на практических занятиях, выполнять все задания, включая задания для самостоятельной работы, выполнять рейтинговые контрольные работы. Студент считается аттестованным по дисциплине при условии выполнения всех предусмотренных учебной программой видов текущего контроля.

Таблица 10. Технологическая карта рейтинговых баллов по дисциплине (модулю)

№ п/п	Контролируемые мероприятия	Количество мероприятий / баллы	Максимальное количество баллов (пример)	Срок представления
-------	----------------------------	--------------------------------	---	--------------------

Основной блок				
1.	Устные ответы	10/5	50	По расписанию
2.	Выступления на семинарских занятиях	8/5	40	По расписанию
Всего			90	

№ п/п	Контролируемые мероприятия	Количество мероприятий / баллы	Максимальное количество баллов (пример)	Срок представления
Блок бонусов				
1.	Посещение занятий		5	По расписанию
2.	Своевременное выполнение всех заданий		5	По расписанию
Всего			10	

Таблица 11. Система штрафов (для одного занятия)

Показатель	Балл
Опоздание на занятие	-1
Нарушение учебной дисциплины	-1
Неготовность к занятию	-1
Пропуск занятия без уважительной причины	-1

Таблица 12. Шкала перевода рейтинговых баллов в итоговую оценку за семестр по дисциплине (модулю)

Сумма баллов	Оценка по 4-балльной шкале
90–100	5 (отлично)
85–89	4 (хорошо)
75–84	
70–74	
65–69	3 (удовлетворительно)
60–64	
Ниже 60	2 (неудовлетворительно)

При реализации дисциплины (модуля) в зависимости от уровня подготовленности обучающихся могут быть использованы иные формы, методы контроля и оценочные средства, исходя из конкретной ситуации

8. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

8.1. Основная литература

1. Краснянский Д.Е. Основы репутационного менеджмента: тексты лекций. М.: МГТУ ГА, 2015. 40 с.

2. Оценка и управление деловой репутацией компании [Электронный ресурс] / О.И. Калинин. М.: МИСиС, 2014. Режим доступа: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785876238122.html>

3. Реклама и связи с общественностью: Имидж, репутация, бренд [Электронный ресурс] : Учеб. пособие для студентов вузов / А. Н. Чумиков. М.: Аспект Пресс, 2014. Режим доступа: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756707175.html>

4. Управление репутацией [Электронный ресурс] / Л.С. Сальникова. М. : МГИМО, 2012. Режим доступа: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785922808576.html>

8.2. Дополнительная литература

1. Беспалова Ю.М., Деловая этика, профессиональная культура и этикет [Электронный ресурс] /Беспалова Ю.М. М.: ФЛИНТА, 2016. 386 с. Режим доступа: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785976527782.html>.

2. Константы гудвилла: стиль, паблисити, репутация, имидж и бренд фирмы [Электронный ресурс] / Шарков Ф.И. М.: Дашков и К, 2010. Режим доступа: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785394002472.html>

3. Мирошниченко А.А., Бизнес-коммуникации. Мастерство делового общения. Практическое руководство. М.: Книжный мир, 2008. 384 с. Режим доступа: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785804103072.html>.

8.3. Интернет-ресурсы, необходимые для освоения дисциплины (модуля):

1. Электронно-библиотечная система (ЭБС) ООО «Политехресурс» «Консультант студента». www.studentlibrary.ru

9. МАТЕРИАЛЬНО–ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Для обеспечения данной дисциплины необходимы:

- оборудованные аудитории (специальная мебель и оргсредства);
- технические средства обучения;
- интерактивная доска;
- компьютеры (ОС Windows 7, 10);
- учебно-наглядные пособия: схемы, таблицы анализа.

Рабочая программа дисциплины (модуля) при необходимости может быть адаптирована для обучения (в том числе с применением дистанционных образовательных технологий) лиц с ограниченными возможностями здоровья, инвалидов. Для этого требуется заявление обучающихся, являющихся лицами с ограниченными возможностями здоровья, инвалидами, или их законных представителей и рекомендации психолого-медико-педагогической комиссии. Для инвалидов содержание рабочей программы дисциплины (модуля) может определяться также в соответствии с индивидуальной программой реабилитации инвалида (при наличии).