

**АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**  
**«Управление репутацией»**  
*наименование дисциплин*

**Автор:**

Старший преподаватель  
кафедры политических и общественных коммуникаций     Богуславский С.М.

**Код и наименование направления подготовки, профиля:**

42.03.01 Реклама и связи с общественностью  
«Реклама и связи с общественностью» (Liberal Arts)

**Квалификация (степень) выпускника:** бакалавр

**Форма обучения:** очная

**Цель освоения дисциплины:** сформировать способность разрабатывать и реализовывать проекты для продвижения продуктов, услуг, организаций и личных брендов

**План курса:**

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Содержание тем (разделов)
Тема 1	Общее понятие об управлении репутацией.	Общее понятие о деловой репутации. История и причины возникновения понятия «управление репутацией». Факторы, которые вредят репутации.
Тема 2	Мониторинг репутации организации и частного лица	Основные приёмы мониторинга. практикум по проведению мониторинга репутации в СМИ, в интернете (официальный сайт, социальные сети, форумы)
Тема 3	Работа с отзывами	Мониторинг отзывов о компании или частном лице. Сортировка отзывов. Ответы на отзывы. Реакция в СМИ, в интернете.
Тема 4	Этические проблемы управления репутацией	Понятия о «деловой репутации», «чести и достоинстве», «клевете», «компромате» и под.
Тема 5	Приёмы управления репутацией	Создание, размещение и оптимизация сведений о компании. Создание новых электронных ресурсов. Создание и размещение пресс-релизов на авторских ресурсах. Судебные разбирательства. Создание и ведение блогов. Создание позитивного образа компании или частного лица на сторонних сайтах. Активное продвижение бесплатных продуктов и проведение акций. Участие в социальных акциях и создание социальной рекламы. Реакция на общественную критику и эффективные изменения.

**Формы текущего контроля и промежуточной аттестации:**

При проведении занятий семинарского типа используются такие методы текущего контроля, как опрос и диспут. Зачет проводится в устной форме и состоит из ответа на вопросы.

**Основная литература:**

1. Чумиков А.Н. Реклама и связи с общественностью. Имидж, репутация, бренд Аспект Пресс 2016.<http://www.iprbookshop.ru/57080.html>
2. Калинин О.И. Оценка и управление деловой репутацией компании Издательский Дом МИСиС.2014.<http://www.iprbookshop.ru/56224.html>