

**Федеральное государственное бюджетное образовательное  
учреждение высшего образования  
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА  
И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ  
ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**

**ИНСТИТУТ БИЗНЕСА И ДЕЛОВОГО АДМИНИСТРИРОВАНИЯ**

**Факультет международного бизнеса и делового администрирования**

**УТВЕРЖДЕНА**

решением Ученого совета ИБДА

Протокол от «13» сентября 2018 г. № 4

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**Б1.В.25 Управление репутацией**

**38.03.03 Управление персоналом**

**Управление человеческими ресурсами в международном бизнесе**

**Бакалавр**

**Очная форма обучения**

**Год набора - 2019**

**Москва, 2018 г.**

**Автор(ы)–составитель(и):**

доцент, к. социол. н.  
Л.С. Сальникова

Заведующий кафедрой гуманитарных наук, деловой этики и социальной ответственности ИБДА д.филос.н., профессор Колесникова И.В.  
*(наименование кафедры) (ученая степень и(или) ученое звание) (Ф.И.О.)*

## СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы
2. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических или астрономических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся и место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы
3. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических или астрономических часов и видов учебных занятий и структура дисциплины (модуля)
4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)
5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)
6. Основная и дополнительная учебная литература, необходимая для освоения дисциплины (модуля), ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", включая перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)
7. Материально-техническая база, информационные технологии, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

**1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы**

1.1. Дисциплина Б1.В.25 Управление репутацией обеспечивает овладение следующими компетенциями с учетом этапа:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ОПК ОС-17	знание особенностей формирования деловой репутации, умение выбирать эффективную стратегию управления корпоративной репутацией	ОПК ОС-17.1	формирование знаний об эффективном формировании, поддержке и управлении деловой репутацией организации

В результате освоения дисциплины у студентов должны быть сформированы:

Код этапа освоения компетенции	Результаты обучения
ОПК ОС-17.1	на уровне знаний: <ul style="list-style-type: none"> <li>– историю и причины появления социального феномена «репутация»</li> <li>– основные понятия, категории и инструменты современных средств массовых коммуникаций;</li> <li>– роль нематериальных активов в новой парадигме бизнеса</li> </ul>
	на уровне умений: <ul style="list-style-type: none"> <li>– анализировать современное информационное пространство;</li> <li>– ориентироваться в «новой реальности», созданной средствами массовых коммуникаций</li> <li>– распознавать виртуальные образы и симулякры, созданные для решения конкретных маркетинговых задач</li> </ul>
	на уровне навыков: <ul style="list-style-type: none"> <li>– понятийным аппаратом в области управления репутацией</li> <li>– инструментарием репутационного менеджмента</li> </ul>

**2. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических или астрономических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся и место дисциплины в структуре образовательной программы**

**Объем дисциплины**

Учебным планом для дисциплины Б1.В.25 Управление репутацией обеспечивается:

- трудоемкость дисциплины – 2 з.е.; 72 ак. часа
- 16 часов – Лек, 20 часов – Пр;
- СРС – 36 часов;
- 8 семестр, 2 ЗЭТ, 72 часа (16 Лек, 20 Пр, 36 СРС), зачет.

### Место дисциплины в структуре ОП ВО

Дисциплина Б1.В.25 Управление репутацией обеспечивает, предназначена для студентов четвертого курса, изучается в 8 семестре.

Дисциплина служит формированию профессиональных навыков и деловой культуры слушателя. Ее научная и методическая основа опирается на комплекс как общих, так и специальных знаний, полученных слушателем в ходе предшествующего обучения.

Курс находится в тесной связи с такими курсами, как «Этика и психология бизнеса», «Общий менеджмент», «Коммуникационное лидерство», «Управление рекламой и связями с общественностью».

Для успешного освоения курса обучающийся должен обладать базовыми знаниями, включая знание технологий и техник, в области PR и рекламы. Он должен владеть навыками устной и письменной общей и профессиональной коммуникации.

Форма промежуточной аттестации в 8 семестре – зачет

### 3. Содержание дисциплины, структурированное по темам с указанием отведенного на них количества академических или астрономических часов и видов учебных занятий и структура дисциплины

№ п/п	Наименование тем и/или разделов	Объем дисциплины (модуля), час.					Форма текущего контроля успеваемости **, промежуточной аттестации** *	
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий					СР
			Л/ЭО, ДОТ*	ЛР/ЭО, ДОТ*	ПЗ/ЭО, ДОТ*	К СР		
Тема 1	Введение в курс	9	2		2		5	О
Тема 2	Роль коммуникаций в современных бизнес-процессах	9	2		2		5	О
Тема 3	Информационно-коммуникационные технологии как инструмент получения прибыли	9	2		2		5	О
Раздел 4. Деловая репутация как главный нематериальный актив								
Тема 4	Новая парадигма бизнеса	9	2		2		5	О
Тема 5	Компоненты деловой репутации	7	2		2		3	О
Тема 6	Капитализация бизнеса благодаря позитивной деловой репутации	9	2		2		5	О
Тема 7	Имидж и репутация. Понятие образа	11	2		4		5	О
Тема 8	Рейтинги репутации	9	2		4		3	О
Промежуточная аттестация								зачет
Всего:		72	16		20		36	

## Содержание дисциплины

### **Тема 1 Введение в курс**

Понятия «коммуникации в бизнесе» и «бизнес-процессы». Сходство и различия понятий. Понятие «капитализация бизнеса». Роль PR-специалиста в бизнес-процессах.

### **Тема 2 Роль коммуникаций в современных бизнес-процессах**

Потребность современного бизнеса в постоянном диалоге с потребителем. ИКТ становятся неотъемлемой частью любого бизнес-процесса.

### **Тема 3 Информационно- коммуникационные технологии как инструмент получения прибыли**

Как выстраивается система двусторонняя система коммуникации между потребителем и производителем. Понятие "конкурентное преимущество", его влияние на прибыль

### **Тема 4 Новая парадигма бизнеса**

Изменение базовых подходов к ведению бизнеса в условиях глобализации. Причины, которые привели к появлению новой парадигмы бизнеса. Суть новой парадигмы.

### **Тема 5 Компоненты деловой репутации**

Основные компоненты деловой репутации. Целевые аудитории репутации и их ожидания. Суть репутационного менеджмента.

### **Тема 6 Капитализация бизнеса благодаря позитивной деловой репутации**

Как осуществляется капитализация бизнеса. Какие факторы на нее влияют в условиях информационного общества и новой парадигмы бизнеса.

### **Тема 7 Имидж и репутация. Понятие образа**

Определение понятия "имидж". Сходство и различия между имиджем и репутацией. Что важнее. Удачный имидж как элемент репутации. Определение понятия "образ".

### **Тема 8 Рейтинги репутации**

Роль и виды рейтингов. Критерии оценки репутации компании.

## **Онлайн-модуль: Управление цифровой репутацией (выполняется с применением ДОТ)**

### **I. Личная цифровая репутация**

*Теоретические блоки:*

1. Как формируется и почему она важна?
2. Мониторинг и анализ: как проводить аудит цифровой репутации?
3. Контент и продвижение: как создавать полноценный личностный или профессиональный бренд и продвигать его в сети?
4. Модерация: как реагировать на критику и разрешать конфликты?
5. Антикризисное управление: как противостоять негативу?
6. Безопасность: как избежать репутационных рисков в сети?

*Практические навыки:*

1. Ручной мониторинг соцсетей с привлечением платформ Яндекс.Блоги, Google Trends. Найди свой самый успешный пост в соцсетях.
2. Инструменты визуализации связей в соцсетях. Выделение лидеров мнений.

3. Создание (корректировка) сетевого образа. Шаблоны.
4. Запусти пост об обучении и отследи скорость распространения и активность сетевого окружения с помощью ручного мониторинга соцсетей.

## **II. Профессиональная цифровая репутация**

*Теоретические блоки:*

1. Как формируется и почему она важна?
2. Мониторинг и анализ: как проводить аудит цифровой репутации?
3. Контент и продвижение: как создавать полноценный личностный или профессиональный бренд и продвигать его в сети?
4. Модерация: как реагировать на критику и разрешать конфликты?
5. Антикризисное управление: как противостоять негативу?
6. Безопасность: как избежать репутационных рисков в сети?

*Практические навыки:*

1. Ручной мониторинг или автоматизированный? Определение плюсов и минусов. Сравнение результатов по одному объекту с помощью платформы Яндекс.блоги и автоматизированной системы (на выбор любая из систем, которая дает возможность бесплатного доступа - IQBuzz, BuzzLook и т.д.).
2. Мониторинг объекта, формирование аналитического отчета, выделение негатива, определение уязвимого контента, создающего угрозы репутации. Шаблоны аналитических отчетов.
3. Моделирование информационной угрозы - создание контента на опровержение негатива, методы запуска встречной волны информации (ближний круг, профессиональные сообщества, СМИ).

## **III. Цифровая репутация организации**

*Теоретические блоки:*

1. Как формируется и почему она важна?
2. Мониторинг и анализ: как проводить аудит цифровой репутации?
3. Контент и продвижение: как создавать полноценный бренд и продвигать его в сети?
4. Модерация: как реагировать на критику и разрешать конфликты?
5. Антикризисное управление: как противостоять негативу?
6. Безопасность: как избежать репутационных рисков в сети?

*Практические навыки:*

1. Автоматический мониторинг, сравнение различных систем мониторинг. Критерии выбора системы мониторинга для аудита цифровой репутации компании. Brand Analytics, Медиалогия, YouScan (везде есть бесплатный тестовый доступ от 5 до 7 дней)
2. Формирование отчета об объекте за три месяца. Анализ результатов. Были ли угрозы репутации бренда?
3. Модуль Инцидент в системе мониторинга Медиалогия. Организация работы. Образцы ответов компании на критику, контроль сотрудников.
4. Создание (поиск) поста опровержения на негатив с упоминанием объекта мониторинга и анализ его распространения и уровня вовлеченности аудитории.

**Вариант практического задания по курсу** - расследование фейка. Обнаружение фейка, мониторинг распространения, расследование, результат. Сочетание ручного и

автоматизированного мониторинга, проверка информации по косвенным упоминаниям, сервисы распознавания лиц.

#### **4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине**

##### **4.1. Формы и методы текущего контроля успеваемости, обучающихся и промежуточной аттестации**

**4.1.1. В ходе реализации дисциплины Б1.В.25 Управление репутацией. Технологии репутационного менеджмента используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:**

Тема и/или раздел	Методы текущего контроля успеваемости
Тема 1 Введение в курс	О
Тема 2 Роль коммуникаций в современных бизнес-процессах	О
Тема 3 Информационно- коммуникационные технологии как инструмент получения прибыли	О
Раздел 4. Деловая репутация как главный нематериальный актив	
Тема 4 Новая парадигма бизнеса	О
Тема 5 Компоненты деловой репутации	О
Тема 6 Капитализация бизнеса благодаря позитивной деловой репутации	О
Тема 7 Имидж и репутация. Понятие образа	О
Тема 8 Рейтинги репутации	О
Онлайн-модуль: Управление цифровой репутацией	Тест, практическое задание

**4.1.2. Зачет по курсу Управление репутацией проводится в устной форме.**

##### **4.2. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся.**

Примерные вопросы для устного опроса по темам

###### **Тема 1. Введение в курс**

1. Являются ли коммуникации частью бизнес-процесса.
2. Что способствует капитализации бизнеса.
3. Место и роль PR службы в структуре компании .

###### **Тема 2. Роль коммуникаций в современных бизнес-процессах**

- 1.Портрет современного потребителя
- 2.Почему у производителя возникла потребность в обратной связи с потребителем

###### **Тема 3. Информационно- коммуникационные технологии как инструмент получения прибыли**

1. Почему произошло обострение конкуренции в условиях цифровой революции



2. Необходимость трансляции конкурентных преимуществ своего продукта потребителю
3. Источники получения информации о производителе.

#### **Тема 4. Новая парадигма бизнеса**

1. Почему успех компании сегодня не гарантирует ей успех завтра.
2. Почему нематериальные активы сегодня важнее материальных.
3. Деловая репутация как главный нематериальный актив.

#### **Тема 5. Компоненты деловой репутации**

1. Какие параметры деловой репутации являются важнейшими.
2. Какие целевые аудитории интересуется деловая репутация компании.
3. Каковы ожидания каждой целевой группы.
4. Репутационный менеджмент как инструмент установления позитивных коммуникаций с целевыми аудиториями.

#### **Тема 6 . Капитализация бизнеса благодаря позитивной деловой репутации**

1. Взаимосвязь деловой репутации и гудвила.
2. Как рассчитывается рыночная стоимость компании.
3. Как позитивная репутация наращивает рыночную стоимость компании.
4. Как репутация "зарабатывает" деньги.

#### **Тема 7. Имидж и репутация. Понятие образа**

1. Имидж как симулякр. Может ли он достоверно отражать достоинства компании.
2. Правдивый и яркий имидж как инструмент визуализации конкурентных преимуществ.
3. Образ как совокупность имиджа и репутации. Его элементы. Влияние образа на капитализацию бизнеса.

#### **Тема 8. Рейтинги репутации**

1. Зачем нужны рейтинги. Как они составляются.
2. Отличие западных подходов к рейтингованию от азиатских
3. Лидеры рейтингов, их рыночная стоимость.

### **4.3. Оценочные средства для промежуточной аттестации.**

#### **4.3.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы**

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ОПК ОС-17	знание особенностей формирования деловой репутации, умение выбирать эффективную стратегию управления корпоративной репутацией	ОПК ОС-17.1	формирование знаний об эффективном формировании, поддержке и управлении деловой репутацией организации

#### **4.3.2 Показатели и критерии оценивания компетенций на различных этапах их формирования**

Этап освоения компетенции	Показатель оценивания	Критерий оценивания
ПК СК-4.1 формирование знаний об эффективном формировании, поддержке и управлении деловой репутацией организации	Базовые знания о репутационном менеджменте в организации и его влиянии на стратегию управления организацией	Знает определение и компоненты деловой репутации. Может привести рейтинги репутации. Знает виды и источники кризисов. Может назвать принципы антикризисных коммуникаций. Различает репутационные риски. Может проанализировать основные черты современных информационно-коммуникационных технологий, показать, как они повлияли на социально-экономическое развитие общества. Показать, в чем суть новой парадигмы бизнеса на примере мировых лидеров бизнеса. Разработать план антикризисных коммуникаций компании в условиях внутреннего кризиса.

**4.3.3 Типовые контрольные задания или иные материалы (типовые оценочные материалы), необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы**

#### **Примерные вопросы для зачета**

1. Основные черты информационного общества.
2. Как изменился мир с появлением интернета.
3. Основные отличия коммуникаций в бизнесе от других видов коммуникации в PR.
4. Что такое интегрированные маркетинговые коммуникации (ИМК).
5. Что такое информационно-коммуникационные технологии.
6. Что значит WEB.2.0
7. Что входит в понятие «новые медиа».
8. Основные характеристики и преимущества новых медиа.
9. Тенденции развития традиционных СМИ.
10. Чем характеризовалась старая парадигма бизнеса.

#### **Шкала оценивания**

<b>85-100 баллов</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Знает определение и компоненты деловой репутации.</li> <li>- Может привести рейтинги репутации.</li> <li>- Знает виды и источники кризисов.</li> <li>- Может назвать принципы антикризисных коммуникаций.</li> <li>- Различает репутационные риски.</li> <li>- Может проанализировать основные черты современных информационно-коммуникационных технологий, показать, как они повлияли на социально-экономическое развитие общества.</li> </ul>
----------------------	--

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Показать, в чем суть новой парадигмы бизнеса на примере мировых лидеров бизнеса.</li> <li>- Разработать план антикризисных коммуникаций компании в условиях внутреннего кризиса.</li> </ul>
<b>84-70 баллов</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Знает определение и компоненты деловой репутации.</li> <li>- Может привести рейтинги репутации.</li> <li>- Знает виды кризисов.</li> <li>- Может назвать принципы антикризисных коммуникаций.</li> <li>- Различает репутационные риски.</li> <li>- Может проанализировать основные черты современных информационно-коммуникационных технологий</li> <li>- Показать, в чем суть новой парадигмы бизнеса на примере мировых лидеров бизнеса.</li> </ul>
<b>69-55 баллов</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Знает определение и компоненты деловой репутации.</li> <li>- Может привести рейтинги репутации.</li> <li>- Знает виды.</li> <li>- Может назвать принципы антикризисных коммуникаций.</li> <li>- Различает репутационные риски.</li> <li>- Может проанализировать основные черты современных информационно-коммуникационных технологий</li> </ul>
<b>Менее 55 баллов</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Не знает определение и компоненты деловой репутации.</li> <li>- Не может привести рейтинги репутации.</li> <li>- Не знает виды и источники кризисов.</li> <li>- Не может назвать принципы антикризисных коммуникаций.</li> <li>- Не различает репутационные риски.</li> </ul>

**Перевод баллов в традиционную систему оценки:**

Баллы по 100-балльной системе	Пятибалльная система оценки	Система оценивания «зачтено-не зачтено»
85-100 баллов	отлично	Зачтено
70-84 баллов	хорошо	зачтено
55-69 баллов	удовлетворительно	зачтено
Менее 55 баллов	неудовлетворительно	Не зачтено

**4.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций**

**5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины**

Вид учебных занятий	Организация деятельности студента
Лекция	Написание конспекта лекций: кратко, схематично, последовательно фиксировать основные положения, выводы, формулировки, обобщения; помечать важные мысли, выделять ключевые слова, термины. Проверка терминов, понятий с помощью энциклопедий, словарей, справочников с выписыванием толкований в тетрадь. Обозначить вопросы, термины,

	материал, который вызывает трудности, пометить и попытаться найти ответ в рекомендуемой литературе. Если самостоятельно не удастся разобраться в материале, необходимо сформулировать вопрос и задать преподавателю на практическом занятии.
Практические занятия	Проработка рабочей программы, уделяя особое внимание целям и задачам структуре и содержанию дисциплины. Конспектирование источников. Работа с конспектом лекций, подготовка ответов к вопросам, просмотр рекомендуемой литературы, работа с текстом .
Подготовка к экзамену (зачету)	При подготовке к зачету необходимо ориентироваться на конспекты лекций, рекомендуемую литературу и др.

**6. Основная и дополнительная учебная литература, необходимая для освоения дисциплины, ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", включая перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине**

**6.1. Основная литература.**

Сальникова, Л.С. Управление репутацией [Электронный ресурс] : сб. науч. тр. — Электрон. дан. — Москва : МГИМО, 2012. — 80 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/46309>. — Загл. с экрана.

**6.2. Дополнительная литература.**

Сальникова Л.С. Современные коммуникационные технологии в бизнесе [Электронный ресурс] : учебник для студентов вузов / Л.С. Сальникова. — Электрон. текстовые данные. — М. : Аспект Пресс, 2015. — 296 с. — 978-5-7567-0766-3. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/56798.html> ь

**6.6. Иные источники.**

1. Гриффин Э. Управление репутационными рисками: стратегический подход. - М., 2009.
2. Даулинг Г. Репутация фирмы. Создание, управление и оценка эффективности. - М., 2003.
3. Фрайзер П. Сайтэл. Современные паблик рилейшнз. – М., 2002.
4. Кларк Д. Персональный ребрендинг. Как изменить свой имидж, сохранив репутацию. - М.; 2013.
5. Фрайзер П. Сайтэл. Современные паблик рилейшнз. – М., 2002.

**7. Материально-техническая база, информационные технологии, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем**