

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ОД.21 «Управление репутацией»

Автор:

Старший преподаватель

Богуславский Сергей Михайлович

Код и наименование направления подготовки, профиля: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью направленность (профиль) «Реклама и связи с общественностью (Liberal Arts)»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная

Цель освоения дисциплины:

Сформировать следующие компетенции:

Код компетенции	Наименование компетенции
ПК ОС LA-1	Способность применять навыки оперативного планирования и контроля в работе отделов рекламы и служб по связям с общественностью, направленных на повышение имиджа организации, на продвижение товаров и услуг на рынок и на оценку эффективности коммуникационных кампаний
ПК ОС LA-12	Способность под контролем осуществлять профессиональные функции в отделах рекламы и связях с общественностью в различных организациях и средствах массовой информации
ПК ОС LA-13	Способность под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия по связям с общественностью

План курса:

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 лекционного типа:

занятия лекционного типа не предусматриваются

при проведении занятий семинарского типа:

опросы, диспуты

при контроле результатов самостоятельной работы студентов:

домашние задания

Промежуточная аттестация проводится в виде зачета с оценкой в форме устного ответа на вопросы.

Основная литература:

Чумиков А.Н.	Реклама и связи с общественностью. Имидж, репутация, бренд	Аспект Пресс	2016	http://www.iprbookshop.ru/57080.html
Шарков Ф.И.	Константы гудвилла. Стиль, паблисити, репутация, имидж и бренд фирмы	Дашков и К	2015	http://www.iprbookshop.ru/14051.html
Рожкова М.А., Глазкова М.Е., Афанасьев Д.В., Ворожевич А.С.	Защита деловой репутации в случаях ее диффамации или неправомерного использования (в сфере	Статиус	2015	http://www.iprbookshop.ru/49055.html

	коммерческих отношений)			
Калинский О.И.	Оценка и управление деловой репутацией компаний	Издательский Дом МИСиС	2014	http://www.iprbookshop.ru/56224.html