

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

УПРАВЛЕНИЕ РЕПУТАЦИЕЙ

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

Код и наименование направления подготовки, профиля: **38.03.03 Управление персоналом, «Управление человеческими ресурсами в международном бизнесе»**

Квалификация (степень) выпускника: **бакалавр**

Форма обучения: **очная**

У студента должны быть сформированы:

на уровне знаний:

- историю и причины появления социального феномена «репутация»;
- основные понятия, категории и инструменты современных средств массовых коммуникаций;
- роль нематериальных активов в новой парадигме бизнеса;
- основные задачи и функции управления репутацией

на уровне умений:

- анализировать современное информационное пространство;
- ориентироваться в «новой реальности», созданной средствами массовых коммуникаций;
- распознавать виртуальные образы и симулякры, созданные для решения конкретных маркетинговых задач

на уровне навыков:

- понятийным аппаратом в области управления репутацией;
- инструментарием репутационного менеджмента.

Содержание курса:

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 двусторонней системы 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.

Трудоемкость дисциплины: 2 з.ед., 72 акад. часа

Формы текущего контроля и промежуточной аттестации:

Семинар, практические занятия, зачет.

Литература:

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.

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>