

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.О.ДВ.08.02«Управление репутацией» («Reputational Management»)

Автор:

Старший преподаватель Богуславский Сергей Михайлович

Код и наименование направления подготовки, профиля:

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

«Управление социальными коммуникациями» (Liberal Arts)

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр**Форма обучения: очная**

Цель освоения дисциплины: формирование способности учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности

План курса:

Тема 1. Управление репутацией как особый вид PR. Цели и задачи управления репутацией. Актуальные проблемы управления имиджем и репутацией. Репутация, имидж, бренд, репутация.	Theme 1. Reputation management as a special type of PR. Goals and objectives of reputation management. Current problems of image and reputation management. Reputation, image, brand, goodwill.
Тема 2. Имидж и репутация. Способы заработать репутацию. Понятие корпоративного имиджа, корпоративной репутации. Практическая и финансовая ценность репутации. Проблема создания личного имиджа. Составляющие личного и профессионального имиджа.	Theme 2. Image and reputation. Ways to build a reputation. The concept of corporate image, corporate reputation. Practical and financial value of reputation. The problem of creating a personal image. Components of a personal and professional image.
Тема 3. Корпоративная культура и формирование репутации. Концепция фирменного стиля. Корпоративная культура и философия. Миссия, ценности, стратегия. Фирменный стиль и его составляющие: название организации, логотипы и символика, фирменный цвет, графический дизайн, корпоративные слоганы.	Theme 3. Corporate culture and reputation building. The concept of corporate identity. Corporate culture and philosophy. Mission, values, strategy. Corporate identity and its components: the name of the organization, logos and symbols, corporate color, graphic design, corporate slogans.
Тема 4. Цифровые медиа и традиционные медиа как инструменты создания репутации. Мониторинг информационного поля. Использование трансмедийного контента. Инструменты регулирования репутации в социальных сетях. Аналитические инструменты в ORM.	Theme 4. Digital media and traditional media as tools for building a reputation. Monitoring the information field. The use of transmedia content. Tools for regulating reputation in social networks. Analytical tools in ORM.
Тема 5. Медиа-имидж публичного человека. Роль СМИ в формировании имиджа публичного человека. Способы взаимодействия со СМИ. Мониторинг	Theme 5. The media image of a public person. The role of media in shaping the image of a public person. Ways to interact with media. Media monitoring and ways to respond to

СМИ и способы реагирования на негативные сообщения.	negative messages.
Тема 6. Имидж руководителя и репутация компании. Типы менеджеров. Компоненты имиджа руководителя предприятия. Технологии формирования имиджа менеджера. Дресс-код. Правила поведения в типовых ситуациях (деловые переговоры, общение с коллегами и подчиненными и т. Д.).	Theme 6. The image of the head and reputation of the company. Types of managers. Components of an enterprise Manager's image. Technologies for forming the image of a Manager. Dress code. Rules of conduct in typical situations (business negotiations, communication with colleagues and subordinates, etc.).
Тема 7. Имидж и репутация политических лидеров и чиновников. Понятие политического лидерства. Роль официального ньюсмейкера в государственной политике. Факторы, влияющие на репутацию политического лидера и государственного служащего.	Theme 7. Image and reputation of political leaders and officials. The concept of political leadership. The role of the official newsmaker in public policy. Factors that affect the reputation of a political leader and public official.
Тема 8. Репутация органов государственной и муниципальной власти. Особенности формирования имиджа государственного служащего. Индивидуальный имидж и официальная информационная повестка. Правовые ограничения на публичное общение представителей органов государственной власти.	Theme 8. Reputation of state and municipal authorities. Features of forming the image of a civil servant. Individual image and official information agenda. Legal restrictions on public communications of representatives of state authorities.
Тема 9. Стратегии защиты репутации и репутационные риски. Проблемы открытости и защиты информации. Этические нормы и социальные ценности. Инструменты антикризисного PR. Мониторинг общественного мнения.	Theme 9. Reputation protection strategies and reputational risks. Problems of openness and information protection. Ethical norms and social values. Anti-crisis PR tools. Monitoring public opinion.
Тема 10. Способы оценки репутации. Рейтинг репутации прессы. Социальная ответственность компании. Социологические методы анализа репутации.	Theme 10. Ways to assess reputation. Press reputation rating. Social responsibility of the company. Sociological methods of reputation analysis.

Формы текущего контроля и промежуточной аттестации:

В ходе реализации дисциплины Б1.О.ДВ.08.02 «Управление репутацией» («Reputational Management») используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

Опрос: студент должен продемонстрировать знания, относящиеся к данной теме	The student has to communicate the knowledge relevant to the theme
--	--

Промежуточная аттестация проводится в форме:

Индивидуальная письменная работа: 3000 слов с критическим анализом тематического исследования.	Individual report, 3,000 words: Critical analysis of case study.
--	--

Основная литература:

1. Чумиков, А.Н. Реклама и связи с общественностью. Имидж, репутация, бренд (2-е издание) [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов вузов/ Чумиков А.Н.— Электрон. текстовые данные. — Москва: Аспект Пресс, 2016.— 160 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/57080.html> — ЭБС «IPRbooks».
2. Шарков, Ф.И. Константы гудвилла: стиль, паблисити, репутация, имидж и бренд фирмы [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Шарков Ф.И.— Электрон. текстовые данные. — Москва: Дашков и К, 2019.— 272 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/85162.html> — ЭБС «IPRbooks».
3. Защита деловой репутации в случаях ее диффамации или неправомерного использования (в сфере коммерческих отношений) [Электронный ресурс]: научно-практическое пособие/ М.А. Рожкова [и др.].— Электрон. текстовые данные.— Москва: Статут, 2015.— 270 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/49055.html> — ЭБС «IPRbooks».