

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.14 Управление репутацией

Автор:

Старший преподаватель кафедры интегрированных коммуникаций. Богуславский Сергей Михайлович

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

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная

Цель освоения дисциплины:

Сформировать знания, умения и навыки в рамках осваемых ключевых компетенций в соответствии с матрицей и паспортами компетенций ОП ВО, необходимых для будущей профессиональной деятельности работника сферы рекламы и связей с общественностью; сформировать умения для самостоятельной работы, научить обучающихся профессиональному подходу к изучению дисциплины; правильной самоорганизации учебного процесса и во внеучебной деятельности

Содержание дисциплины

№ раздела	Наименование раздела	Содержание раздела
1	Общее понятие об управлении репутацией.	Общее понятие о деловой репутации. История и причины возникновения понятия «управление репутацией». Факторы, которые вредят репутации.
2	Мониторинг репутации организации и частного лица	Основные приёмы мониторинга. практикум по проведению мониторинга репутации в СМИ, в интернете (официальный сайт, социальные сети, форумы)
3	Работа с отзывами	Мониторинг отзывов о компании или частном лице. Сортировка отзывов. Ответы на отзывы. Реакция в СМИ, в интернете.
4	Этические проблемы управления репутацией	Понятия о «деловой репутации», «чести и достоинстве», «клевете», «компромате» и под.
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.
--	--	---

В ходе реализации дисциплины используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

Формы текущего контроля и промежуточной аттестации:

№ раздела	Наименование раздела	Форма* текущего контроля
1	Общее понятие об управлении репутацией.	О, Д
2	Мониторинг репутации организации и частного лица	О, ДЗ, Э
3	Работа с отзывами	О, ДЗ, письменная самостоятельная работа
4	Этические проблемы управления репутацией	Д
5	Приёмы управления репутацией	О, ДЗ, Т,

**Формы текущего контроля: опрос (О), эссе (Э), коллоквиум (К), диспут (Д), домашнее задание (ДЗ), тестирование (Т), рубежный контроль (РК).*

при контроле результатов самостоятельной работы студентов: домашние задания

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

Основная литература:

1. Чумиков, А.Н. Реклама и связи с общественностью. Имидж, репутация, бренд (2-е издание) : учебное пособие для студентов вузов / Чумиков А.Н.. — Москва : Аспект Пресс, 2016. — 160 с. — ISBN 978-5-7567-0819-6. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/57080.html>
2. Шарков, Ф.И. Константы гудвилла: стиль, паблисити, репутация, имидж и бренд фирмы : учебное пособие / Шарков Ф.И.. — Москва : Дашков и К, 2019. — 272 с. — ISBN 978-5-394-03152-6. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/85162.html>
3. Защита деловой репутации в случаях ее диффамации или неправомерного использования (в сфере коммерческих отношений) : научно-практическое пособие / М.А. Рожкова [и др.].. — Москва : Статут, 2015. — 270 с. — ISBN 978-5-8354-1149-8. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/49055.html>