

Министерство просвещения Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный профессионально-педагогический университет»
Институт гуманитарного и социально-экономического образования
Кафедра философии, социологии и социальной работы

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Б1.В.08 «РЕПУТАЦИОННЫЙ ИМИДЖ МЕНЕДЖМЕНТ»**

Направление подготовки 39.03.01 Социология

Профиль программы «Социология медиакоммуникаций»

Автор(ы): канд. филос. наук, доцент, Л.Э. Панкратова
доцент

Одобрена на заседании кафедры философии, социологии и социальной работы.
Протокол от «14» ноября 2022 г. №5.

Рекомендована к использованию в образовательной деятельности научно-методической комиссией института ГСЭО РГППУ. Протокол от «16» ноября 2022 г. №3.

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель освоения дисциплины «Репутационный имидж менеджмент»: предоставить студентам необходимые знания для эффективного формирования, поддержки и управления репутацией, в том числе онлайн.

Задачи:

- познакомить с предпосылками возникновения репутационного менеджмента в системе коммуникационного менеджмента;
- выявить различия между имиджем и репутацией;
- развить умение построения коммуникационного поля и потоков компании;
- развить умение самостоятельно выбирать эффективную стратегию управления корпоративной репутацией;
- сформировать навык мониторинга коммуникационного окружения компании.
- изучить основные направления деятельности специалиста по связям с общественностью в интернете;
- изучить основные виды площадок;
- сформировать навык самостоятельной работы на Интернет площадках;
- развить умение выделять целевые аудитории и использовать каналы выхода на целевые аудитории;
- изучить особенности корпоративного сайта;
- развить умение самостоятельно выстраивать стратегию работы в интернете.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Дисциплина «Репутационный имидж менеджмент» относится к формируемой участниками образовательных отношений части учебного плана.

Для изучения учебной дисциплины необходимы знания, умения и владения, формируемые следующими дисциплинами:

1. Методы обработки и анализа социологической информации.
2. Организация и проведение коммуникационных кампаний в медиaprостранстве.
3. Психология массовых коммуникаций и рекламы.

Перечень учебных дисциплин, для которых необходимы знания, умения и владения, формируемые данной учебной дисциплиной:

1. Риск-менеджмент.
2. Преддипломная практика.



3. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:

- УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач;
- УК-6 Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни;
- ПКС-1 Способен использовать базовые теоретические знания, практические навыки и умения для участия в научных и научно-прикладных и маркетинговых исследованиях, аналитической и консалтинговой деятельности;
- ПКС-6 Способен участвовать в составлении и оформлении профессиональной научно-технической документации, научных отчетов, представлять результаты социологических и маркетинговых исследований с учётом особенностей потенциальной аудитории.

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен:

Знать:

31. Социальные, экономические и политические причины возникновения и развития связей с общественностью как профессии и отрасли бизнеса; ;
32. Вопросы регулирования деятельности в сфере связей с общественностью: правовое обеспечение связей с общественностью; кодексы профессионального поведения специалиста; неформальные способы регулирования в области связей с общественностью; ;
33. Основные экспертные площадки;
34. особенности процесса влияния деятельности служб связей с общественностью на общественное мнение; на формирование репутации;
35. Каналы выхода на различные аудитории при формировании репутации: СМИ, мероприятия и акции, документы;
36. Стратегию и тактику управления репутацией;
37. Стратегию и тактику использования СМИ при управлении репутацией; ;
38. Основные виды имиджевых документов в связях с общественностью; ;
39. Методы исследования в области связей с общественностью; ;
310. Международные и национальные профессиональные объединения специалистов в области связей с общественностью;
311. Предпосылки возникновения репутационного менеджмента; ;
312. Отличие репутации от имиджа;
313. Основные стратегии построения и защиты репутации;
314. Особенности формирования репутации в отличие от имиджа.

Уметь:

- У1. Планировать рабочие репутационные и имиджевые мероприятия;
- У2. Работать с информационными и имиджевыми корпоративными документами;
- У3. Проводить исследования в области связей с общественностью;



У4. Разрабатывать коммуникационные и информационные кампании в СМИ, медиа-программы;

У5. Применять на практике профессиональные стандарты во взаимоотношениях со СМИ;

У6. Оценивать условия коммуникации;

У7. Выстраивать коммуникационное поле и потоки компании;

У8. Самостоятельно выбирать эффективную стратегию управления корпоративной репутацией.

Владеть:

В1. Основными понятиями по данной дисциплине;

В2. Навыком мониторинга информационного окружения.

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1 Объем дисциплины и виды контактной и самостоятельной работы

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 4 зач. ед. (144 час.), семестр изучения – 7, распределение по видам работ представлено в табл. № 1.

Таблица 1. Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ

Вид работы	Форма обучения
	очная
	Семестр изучения
	7 сем.
Кол-во часов	
Общая трудоёмкость дисциплины по учебному плану	144
Контактная работа, в том числе:	78
Лекции	18
Практические занятия	34
Текущее консультирование	16
Контроль самостоятельной работы	10
Самостоятельная работа студента	66
Промежуточная аттестация, в том числе:	
Зачет с оценкой	7 сем.

**Распределение трудоёмкости по видам контактной работы для заочной формы обучения (при наличии) корректируется в соответствии с учебным планом заочной формы обучения.*



4.2 Содержание и тематическое планирование дисциплины

Таблица 2. Тематический план дисциплины

Наименование разделов и тем дисциплины (модуля)	Сем.	Всего, час.	Вид контактной работы, час.			СРС
			Лекции	Практ. занятия	Лаб. работы	
1. Репутационный менеджмент как особая разновидность ПР-деятельности	7	19	2	6	-	11
2. Корпоративная культура как основа для построения репутации	7	21	4	6	-	11
3. Имидж и репутация	7	19	2	6	-	11
4. Имидж руководителя предприятия	7	21	4	6	-	11
5. Корпоративная социальная ответственность в системе репутационного менеджмента	7	17	2	4	-	11
6. Репутация в информационном пространстве	7	21	4	6	-	11

**Распределение часов по разделам (темам) дисциплины для заочной формы обучения осуществляется научно-педагогическим работником, ведущим дисциплину.*

4.3 Содержание разделов (тем) дисциплин

Раздел 1. Репутационный менеджмент как особая разновидность ПР-деятельности

Цели и задачи репутационного менеджмента. Актуальность проблем, связанных с управлением имиджем и репутацией. Социальные и экономические основы репутационного менеджмента.

Раздел 2. Корпоративная культура как основа для построения репутации

Понятие корпоративной индивидуальности. Корпоративная культура. Фирменный стиль и его составляющие: название организации, логотипы и символика, фирменный цвет, графический дизайн, корпоративные слоганы. Корпоративная философия. Корпоративная миссия. Корпоративные ценности. Корпоративная стратегия.

Раздел 3. Имидж и репутация

Понятие корпоративного имиджа, корпоративной репутации. Репутация в терминах. Хорошая и плохая репутация. Практическая и финансовая ценность хорошей репутации. Центральная роль руководства. Феномен имиджа в истории



культуры. Типы имиджей. Проблема создания персонального имиджа. Составные части личного и профессионального имиджа. Специфика делового имиджа.

Раздел 4. Имидж руководителя предприятия

Три типа руководителей в управленческой иерархии. Основные компоненты имиджа руководителя предприятия. Технологии формирования имиджа руководителя предприятия. Факторы, влияющие на имидж руководителя предприятия. Способы управления ими. Ошибки, влияющие на репутацию руководителя. Дресс-код. Правила поведения в типичных ситуациях (деловые переговоры, общение с коллегами и подчиненными, разговор по телефону).

Раздел 5. Корпоративная социальная ответственность в системе репутационного менеджмента

Корпоративная социальная ответственность, понятие. Становление КСО. Уровни КСО. Отчетность о КСО. Репутационные возможности КСО.

Раздел 6. Репутация в информационном пространстве

Официальная политика управления организацией как важнейший фактор формирования, управления и защиты имиджа и репутации. Информационное пространство как основное условие реализации экономической деятельности. Репутация в центре внимания. Принципы выделения групп корпоративной аудитории: установление типа отношений между организацией и аудиторией, принцип сегментирования рынка.

5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Для изучения дисциплины используются различные образовательные технологии:

1. Традиционные образовательные технологии представлены комбинацией объяснительно-иллюстративного и репродуктивного методов обучения. Осуществляются с использованием информационных лекций, семинаров, практических занятий или лабораторных работ. При использовании данных методов деятельность учащегося направлена на получение теоретических знаний и формирования практических умений по дисциплине.

2. Занятие, посвященное освоению конкретных умений и навыков по предложенному алгоритму

3. Учебно-познавательная деятельность с ярко выраженной эвристической направленностью (поиск, отбор и систематизация информации о каком-то объекте, ознакомление участников проекта с этой информацией, ее анализ и обобщение для презентации более широкой аудитории).

4. Структура приближена к формату научного исследования (доказательство актуальности темы, определение научной проблемы, предмета и объекта



исследования, целей и задач, методов, источников, выдвижение гипотезы, обобщение результатов, выводы, обозначение новых проблем).

5. При реализации образовательной программы с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения:

- состав видов контактной работы по дисциплине (модулю), при необходимости, может быть откорректирован в направлении снижения доли занятий лекционного типа и соответствующего увеличения доли консультаций (групповых или индивидуальных) или иных видов контактной работы;

- информационной основой проведения учебных занятий, а также организации самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю) являются представленные в электронном виде методические, оценочные и иные материалы, размещенные в электронной информационно-образовательной среде (ЭИОС) университета, в электронных библиотечных системах и открытых Интернет-ресурсах;

- взаимодействие обучающихся и педагогических работников осуществляется с применением ЭИОС университета и других информационно-коммуникационных технологий (видеоконференцсвязь, облачные технологии и сервисы, др.);

- соотношение контактной и самостоятельной работы по дисциплине (модулю) может быть изменено в сторону увеличения последней, в том числе самостоятельного изучения теоретического материала.

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

6.1 Основная литература

1. Ушакова Н. В., Стрижова А. Ф. Имиджология (3-е издание) : учебное пособие. - Москва : Дашков и К, 2017. - 264 с. - Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/57073>.

2. Менеджмент : Главные идеи. Лучшее за 2019 / — Москва : Альпина Паблишер, 2020. — 288 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/163630>.

6.2 Дополнительная литература

1. Наролина, Т. С. Менеджмент : практикум / Т. С. Наролина, Ю. В. Пахомова. — Воронеж : Воронежский государственный технический университет, ЭБС АСВ, 2020. — 78 с. — ISBN 978-5-7731-0875-7. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/108176.html>

6.3 Программное обеспечение и Интернет-ресурсы

Интернет-ресурсы:

1. Научная онлайн-библиотека Порталус. Режим доступа: <http://www.portalus.ru>



2. Научная электронная библиотека eLIBRARY. Режим доступа: <https://elibrary.ru/defaultx.asp>
3. Всемирная виртуальная библиотека. Режим доступа: <http://www.vlib.org>
4. Электронная библиотека Гумер. Режим доступа: <http://www.gumer.info/>

Программное обеспечение:

1. Браузер Chrome.
2. Офисная система Office Professional Plus.
3. Операционная система Windows.

Информационные системы и платформы:

1. Система дистанционного обучения «Moodle».
2. Информационная система «Таймлайн».
3. Платформа для организации и проведения вебинаров «Mirapolis Virtual Room».

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Перечень материально-технического обеспечения для реализации образовательного процесса по дисциплине:

1. Лекторий

Современное образовательное пространство для проведения презентаций, встреч, лекций, тренингов и других мероприятий.

2. Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа.

3. Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа с мультимедийным оборудованием.

4. Учебная аудитория для проведения занятий семинарского (практического) типа, проведения групповых и индивидуальных консультаций, проведения текущего контроля и промежуточной аттестации.

