

**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего  
профессионального образования  
«Российский университет дружбы народов»  
Институт мировой экономики и бизнеса**

Рекомендовано МССН/МО

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**Наименование дисциплины**

**Репутационный менеджмент**

**Рекомендуется для направления подготовки**

**42.04.01 «Реклама и связи с общественностью»**

**Специализации «Рекламный менеджмент» и «Управление связями с общественностью»**

Квалификация (степень) выпускника магистр

## Раздел I. Основная часть

### Программа курса

**1. Цели преподавания дисциплины:** изучить роль репутации в современных коммуникациях.

Задачи изучения курса:

1. Изучить различия между репутацией и имиджем, а также целевые аудитории репутационного менеджмента.
2. Сформировать у студентов представление об особенностях создания репутации и управления ею;
3. Изучить этапы построения и управления репутацией. Основные показатели и инструменты их измерения;
4. Изучить особенности и причины возникновения репутационного кризиса.

2. Место дисциплины в структуре ОП ВО: «Репутационный менеджмент» для студентов направления «Реклама и связи с общественностью» входит в вариативную часть Блока 1 учебного плана. Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.05.01

#### Предшествующие и последующие дисциплины, направленные на формирование компетенций

№ п/п	Шифр и наименование компетенции	Предшествующие дисциплины	Последующие дисциплины
<b>Профессиональные компетенции</b>			
2	ПКО-1. Способен организовать работу и руководить подразделением (предприятием) в сфере рекламы и связей с общественностью	Стратегический менеджмент в коммуникационной индустрии	Психология управления коммуникациями Производственная (аналитическая) практика Преддипломная практика Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы
3	ПКО-2. Способен осуществлять проектно-аналитическую деятельность с учетом специфики профессиональной среды	Современные технологии и коммуникации в рекламе и PR Digital-маркетинг Интегрированные бренд-коммуникации Управление медиамиксом Научно-исследовательская работа (НИР)	Производственная (аналитическая) практика Учебная (научно-исследовательская) практика Преддипломная практика Научно-исследовательская работа (НИР)

			Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы
--	--	--	--

### 3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций.

Выпускник программы магистратуры должен обладать следующими **компетенциями**:

ПКО-1. Способен организовать работу и руководить подразделением (предприятием) в сфере рекламы и связей с общественностью (ПС 06.013 Специалист по информационным ресурсам; 06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации)

ПКО-2. Способен осуществлять проектно-аналитическую деятельность с учетом специфики профессиональной среды (ПС 06.013 Специалист по информационным ресурсам)

В результате изучения дисциплины студент должен знать:

- Знать и уметь различать понятия репутация, имидж, сущность бренда, миссия, ценности. Основные инструменты построения репутации;
- Этапы построения и управления репутацией. Основные показатели и инструменты их измерения;
- Репутационный кризис: причины, признаки, управление, решение;
- Понятия внутренние коммуникации, HR-бренд, личный бренд;
- О КСО и благотворительности как инструментах построения репутации.
- Методы работы с клиентами;
- Особенности корпоративного управления и работы с агентством.

В результате изучения дисциплины студент должен уметь:

- руководить осуществлением профессиональных функций по управлению репутацией;
- управлять процессами стратегического планирования управления репутацией, готовить и реализовывать репутационные программы и мероприятия, обеспечивать их качество и эффективность;
- осуществлять корректировку и контроль репутационных программ и мероприятий;
- разрабатывать эффективную стратегию развития репутации, оперативно принимать решения в кризисных ситуациях.

В результате изучения дисциплины студент должен владеть:

- навыками руководства осуществлением профессиональных функций по управлению репутацией;
- навыками управления процессами стратегического планирования управления репутацией, навыками подготовки и реализации репутационных программы и мероприятия, обеспечивать их качество и эффективность;
- навыками корректировки и контроля репутационных программ и мероприятий;
- навыками разработки эффективной стратегии развития репутации, оперативно принимать решения в кризисных ситуациях.

#### 4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных единиц.

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		5			
<b>Аудиторные занятия (всего)</b>	18	18			
В том числе:					
Лекции					
Практические занятия (ПЗ)	18	18			
Семинары (С)					
Лабораторные работы (ЛР)					
<b>Самостоятельная работа (всего)</b>	54	54			
Общая трудоемкость	час	72	72		
	зач. ед.	2	2		

#### 5. Содержание дисциплины

##### 5.1. Содержание разделов дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела
1.	Вводные понятия.	Репутация, имидж, сущность бренда. Основные инструменты построения репутации. Извне и вовне. Когда репутация важнее имиджа.
2.	Этапы построения и управления репутацией	Основные показатели и инструменты их измерения. Миссия. Ценности. Репутационный кризис: причины, признаки, управление, решение. Внутренние коммуникации. HR-бренд. Личный бренд. КСО и благотворительность как инструмент построения репутации. Социальная отчетность. Устойчивое развитие. Customer Relations Management. Методы работы с клиентами. Корпоративное управление или работа с агентством. Функции, задействованные в репутационном менеджменте.

##### 5.2 . Разделы дисциплин и виды занятий

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Лек ц.	Практ. ; Зан.	Лаб. ; Зан.	Семин	СРС	Все- го; час.
1.	Вводные понятия.		2			18	20
2.	Этапы построения и управления репутацией		16			36	52
			18			54	72

## 6. Лабораторный практикум

№ п/п	№ раздела дисциплины	Наименование лабораторных работ	Трудо-емкость; (час.)
1.			
2.			
...			

## 7. Практические занятия (семинары)

№ п/п	№ раздела дисциплины	Тематика практических занятий (семинаров)	Трудо-емкость; (час.)
1.	2	Доминирующие группы стейкхолдеров для разных отраслей. Кто влияет на репутацию.	4
2.	2	Анализ кейсов: репутационный кризис. Причины, развитие, разрешение.	4
3.	2	Анализ кейсов: миссия компании и репутация	2
4.	2	Анализ кейсов: HR-бренд	4
	2	Анализ кейса «Спасти звезду»	4

## 8. Материально-техническое обеспечение дисциплины:

учебные аудитории с рабочими местами для проведения лекций и семинарских занятий; доска; стационарный персональный компьютер с пакетом Microsoft Office; демонстрационное оборудование: мультимедийный проектор; допускается использование переносной аппаратуры ноутбук и проектор; экран (стационарный или переносной напольный).

## 9. Информационное обеспечение дисциплины:

### а) Windows, MicrosoftOffice, Интернет

### б) Базы данных УНИБЦР РУДН:

- Электронный каталог – база книг и периодики в фонде библиотеки РУДН. Электронно-библиотечная система РУДН – ЭБС РУДН <http://lib.rudn.ru/MegaPro/Web>
- Электронные ресурсы – в том числе раздел: Лицензированные ресурсы УНИБЦ (НБ):
- Университетская библиотека онлайн <http://www.biblioclub.ru>
- ЭБС Юрайт <http://www.biblio-online.ru>
- НЭБ Elibrary <http://elibrary.ru>
- Консультант студента [www.studentlibrary.ru](http://www.studentlibrary.ru)
- ЭБС «Лань» <http://e.lanbook.com/>
- ЭБС Юрайт <http://www.biblio-online.ru>

База данных "Мультязыковый словарь терминов", информационные библиографические базы данных ИНИОН РАН.

### в) Информационно-справочные и поисковые системы:

[Rambler.ru](http://Rambler.ru), [Yandex.ru](http://Yandex.ru), [Google.ru](http://Google.ru)

## г) информационные источники по курсу

Российский PR-портал: <http://www.raso.ru/>

Ассоциация компаний-консультантов в области связей с общественностью:  
<http://www.akospr.ru/>

Ассоциация коммуникационных агентств России: <http://www.akarussia.ru/>

Ассоциация директоров по коммуникациям и корпоративным медиа России:  
<http://corpmedia.ru/>

Международная ассоциация бизнес-коммуникаторов: <http://www.communicators.ru/>

Сообщество внутренних коммуникаторов: <http://www.inside-pr.ru>

## 10. Учебно-методическое обеспечение дисциплины:

### Учебники:

#### а) основная литература:

Сальникова, Л. С. Репутационный менеджмент. Современные подходы и технологии : учебник для академического бакалавриата / Л. С. Сальникова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 305 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-08505-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/432025> (дата обращения: 20.06.2019).

Чумиков А.Н. Реклама и связи с общественностью. Имидж, репутация, бренд [текст/электронный ресурс] : Учебное пособие для студентов вузов / А.Н. Чумиков. - 2-е изд., испр. и доп. ; Электронные текстовые данные. - М. : Аспект Пресс, 2014, 2016, 2017. - 159 с. // [http://lib.rudn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=Rudn\\_FindDoc&id=409666&idb=0](http://lib.rudn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=Rudn_FindDoc&id=409666&idb=0)

#### б) дополнительная литература:

1. Чумиков А.Н. Антикризисные коммуникации: Учебное пособие для студентов вузов. - Электронные текстовые данные. - М.: Аспект Пресс, 2013. - 172 с. // <http://lib.rudn.ru/ProtectedView/Book/ViewBook/3558>

2. Тульчинский, Г. Л. Бренд-менеджмент. Брендинг и работа с персоналом : учебное пособие для бакалавриата и магистратуры / Г. Л. Тульчинский, В. И. Терентьева. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 255 с. — (Авторский учебник). — ISBN 978-5-534-05503-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/437894> (дата обращения: 20.06.2019).

3. Шарков Феликс Изосимович. Правовые основы коммуникации в рекламе, связях с общественностью, журналистике [Текст/электронный ресурс]: Учебное пособие / Ф.И. Шарков, В.И. Захарова. - Электронные текстовые данные. - М.: Проспект, 2018, 2017. - 224 с. - ISBN 978-5-392-27750-6: 400.00. // <http://lib.rudn.ru/ProtectedView/Book/ViewBook/6258>

## 11. Методические рекомендации по организации изучения дисциплины

Данная дисциплина является вводной для всех дисциплин, изучаемых в магистратуре. Причем для магистрантов, имеющих базовое бакалаврское образование по направлению «Реклама и связи с общественностью» она должна помочь актуализировать и систематизировать профессиональные знания, то для студентов, не имеющих профильного образования, данная дисциплина должна создать базовое представление о современных технологиях репутационных коммуникациях в рекламе и PR.

Поскольку аудиторная часть этой дисциплины – 18 часов, большая часть работы по освоению материала переносится на самостоятельную работу студентов.

## 12. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Материалы для оценки уровня освоения учебного материала дисциплины «Репутационный менеджмент» (оценочные материалы), включающие в себя перечень компетенций с указанием этапов их формирования, описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания, типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы, методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций, разработаны в полном объеме и доступны для обучающихся на странице дисциплины в ТУИС РУДН: <https://esystem.rudn.ru/course/view.php?id=8287>.

Программа составлена в соответствии с требованиями ОС ВО РУДН.

**Разработчики:**

Преподаватель кафедры

Рекламы и бизнес-коммуникаций

Ю.Е. Селюкова

**Руководитель программы**

Канд. фил. наук, доцент, зав. кафедрой

Рекламы и бизнес-коммуникаций

Н.В. Трубникова

**Заведующий кафедрой**

Рекламы и бизнес-коммуникаций

Н.В. Трубникова