

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Ястребов Олег Александрович
Должность: Ректор
Дата подписания: 03.05.2026 20:44:46
Уникальный программный ключ:
ca953a01204891083f939673078ef1a989dae18a

**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы»
Институт мировой экономики и бизнеса
(наименование основного учебного подразделения (ОУП)-разработчика ОП ВО)**

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

РЕПУТАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ

(наименование дисциплины/модуля)

Рекомендована МССН для направления подготовки/специальности:

42.04.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

(код и наименование направления подготовки/специальности)

Освоение дисциплины ведется в рамках реализации основной профессиональной образовательной программы высшего образования (ОП ВО):

УПРАВЛЕНИЕ СВЯЗЯМИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

(наименование (профиль/специализация) ОП ВО)

2026 г.

1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Репутационный менеджмент» входит в программу магистратуры «Управление связями с общественностью» по направлению 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью» и изучается в 3 семестре 2 курса. Дисциплину реализует Кафедра рекламы и бизнес-коммуникаций. Дисциплина состоит из 2 разделов и 7 тем и направлена на изучение принципов социальной ответственности профессиональной деятельности, методы оценки и прогнозирования возможных эффектов профессиональной деятельности в медиасфере; возможных эффектов и оценивает медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты на соответствие принципам социальной ответственности; хода выполнения проектной работы в сфере рекламы и связей с общественностью. На основании знания специфики функционирования предприятий современной коммуникационной индустрии выстраивает работу подразделения/предприятия, применяет технологии организации коммуникационной работы; аналитических методов и инструментов для целеполагания, планирования и оценки эффективности коммуникационной стратегии, коммуникационного проекта и применяет их на практике.

Целью освоения дисциплины является актуализировать и/или сформировать индикаторы компетенций, позволяющие сформировать у студентов представление об особенностях создания репутации и управления ею; изучить этапы построения и управления репутацией. Основные показатели и инструменты их измерения; изучить особенности и причины возникновения репутационного кризиса.

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение дисциплины «Репутационный менеджмент» направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций (части компетенций):

Таблица 2.1. Перечень компетенций, формируемых у обучающихся при освоении дисциплины (результаты освоения дисциплины)

Шифр	Компетенция	Индикаторы достижения компетенции (в рамках данной дисциплины)
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-1.1 Выполняет функционал руководителя линейного/функционального подразделения отдела по рекламе и (или) связям с общественностью организации или коммуникационного/ рекламного/ PR-агентства; ПКО-1.2 Организует работу по совершенствованию внешних и внутренних коммуникаций и мероприятия по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры; ПКО-1.3 Контролирует и регулирует ход выполнения проектной работы в сфере рекламы и связей с общественностью. На основании знания специфики функционирования предприятий современной коммуникационной индустрии выстраивает работу подразделения/предприятия, применяет технологии организации коммуникационной работы;
ПКО-2	Способен осуществлять проектно-аналитическую деятельность с учетом специфики профессиональной среды (ПС 06.013 Специалист по информационным ресурсам)	ПКО-2.1 Отбирает аналитические методы и инструменты для целеполагания, планирования и оценки эффективности коммуникационной стратегии, коммуникационного проекта и применяет их на практике; ПКО-2.2 Проводит анализ ситуации и разрабатывает проекты и кампании в сфере рекламы и связей с общественностью; ПКО-2.3 Оценивает эффективность проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью;

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Дисциплина «Репутационный менеджмент» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений блока 1 «Дисциплины (модули)» образовательной программы высшего образования.

В рамках образовательной программы высшего образования обучающиеся также осваивают другие дисциплины и/или практики, способствующие достижению запланированных результатов освоения дисциплины «Репутационный менеджмент».

Таблица 3.1. Перечень компонентов ОП ВО, способствующих достижению запланированных результатов освоения дисциплины

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
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)	Производственная практика; <i>Клиентский сервис**</i> ; Корпоративные коммуникации; <i>Брендинг территорий**</i> ; <i>Цифровая креативная индустрия**</i> ; <i>Аналитика социальных медиа для рекламы и PR**</i> ; <i>Бизнес-риторика**</i> ;	Преддипломная практика;
ПКО-2	Способен осуществлять проектно-аналитическую деятельность с учетом специфики профессиональной среды (ПС 06.013 Специалист по информационным ресурсам)	Digital-маркетинг; Технологии GR; Аналитическое обеспечение PR-коммуникаций; Корпоративные коммуникации; <i>Деловые коммуникации, этикет и протокол**</i> ; <i>HR-коммуникации**</i> ; Производственная практика; Проектная практика;	Преддипломная практика;

* - заполняется в соответствии с матрицей компетенций и СУП ОП ВО

** - элективные дисциплины /практики

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Общая трудоемкость дисциплины «Репутационный менеджмент» составляет «2» зачетные единицы.

Таблица 4.1. Виды учебной работы по периодам освоения образовательной программы высшего образования для очной формы обучения.

Вид учебной работы	ВСЕГО, ак.ч.		Семестр(-ы)
			3
<i>Контактная работа, ак.ч.</i>	34		34
Лекции (ЛК)	17		17
Лабораторные работы (ЛР)	0		0
Практические/семинарские занятия (СЗ)	17		17
<i>Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.</i>	20		20
<i>Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.</i>	18		18
Общая трудоемкость дисциплины	ак.ч.	72	72
	зач.ед.	2	2

5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 5.1. Содержание дисциплины (модуля) по видам учебной работы

Номер раздела	Наименование раздела дисциплины	Наименование темы		Содержание темы	Вид учебной работы*
Раздел 1	Введение в дисциплину	1.1	Репутационный менеджмент как особая разновидность PR-деятельности.¶	Репутационный менеджмент — стратегическая часть PR, нацеленная на формирование, мониторинг и защиту доверия к компании у стейкхолдеров через проактивную повестку, прозрачность, работу лидеров мнений, ESG/CSR и антикризисные коммуникации. Инструменты и метрики: медиамониторинг и соцслушание, управление отзывами и инфоповодами, взаимодействие с сообществами; KPI — индекс репутации/тональность, доверие, eNPS, лояльность и стоимость репутационных рисков.	ЛК, СЗ
Раздел 2	Этапы построения и управления репутацией	2.1	Корпоративная культура как основа для построения репутации.¶	Корпоративная культура формирует ценности и нормы поведения, выравнивая обещания бренда с реальным опытом сотрудников, клиентов и партнёров — это фундамент доверия и устойчивой репутации. Создаётся через миссию/ценности, лидерские принципы, ритуалы и практики (подбор, онбординг, коммуникации, признание, этика), а измеряется вовлечённостью, eNPS, удержанием, качеством сервиса и тональностью упоминаний.	ЛК, СЗ
		2.2	Имидж и репутация.¶	Корпоративная культура формирует ценности и нормы поведения, выравнивая обещания бренда с реальным опытом сотрудников, клиентов и партнёров — это фундамент доверия и устойчивой репутации. Создаётся через миссию/ценности, лидерские принципы, ритуалы и практики (подбор, онбординг, коммуникации, признание, этика), а измеряется вовлечённостью, eNPS, удержанием, качеством сервиса и тональностью упоминаний.	ЛК, СЗ
		2.3	Стратегии защиты репутации	Проактивно: мониторинг упоминаний и риск-картирование, прозрачные стандарты и этика, тренинги и единый спикер, готовые playbook'и и сценарии, стейкхолдер-диалог и постоянная профилактика. Реактивно: быстрый признательный ответ с фактчекингом, корректирующие действия и компенсации, юридическая защита при клевете, единая линия коммуникаций и пост-кризисный разбор с обновлением процессов.	ЛК, СЗ

Номер раздела	Наименование раздела дисциплины	Наименование темы		Содержание темы	Вид учебной работы*
		2.4	Имидж руководителя предприятия.¶	Имидж руководителя — это воспринимаемая стейкхолдерами совокупность компетентности, этики, стиля коммуникации и визуального/цифрового присутствия, согласованных с ценностями компании. Он формируется через результаты и решения, прозрачность и ответственность, консистентность поведения в кризисах и в рутине, а также умение вдохновлять команду и внешнюю аудиторию.	ЛК, СЗ
		2.5	КСО в системе репутационного менеджмента.¶	КСО — стратегический инструмент репутационного менеджмента: выравнивает бизнес-цели с ожиданиями стейкхолдеров через социальные и экологические инициативы, конвертируя это в доверие, лояльность и «социальную лицензию». Эффект достигается при встройке в управление и метрики, прозрачной отчетности, измеримом импакте и последовательной коммуникации, что укрепляет бренд и снижает риски.	ЛК, СЗ
		2.6	Репутация в информационном пространстве.¶	Репутация в информационном пространстве — это динамичное восприятие бренда/персоны, складывающееся из цифровых следов, медиа-упоминаний и пользовательских взаимодействий в реальном времени. Её управление требует непрерывного мониторинга и аналитики, проактивного контента и быстрого реагирования на инфоповоды и кризисы, чтобы укреплять доверие и устойчивость к дезинформации.	ЛК, СЗ

* - заполняется только по **ОЧНОЙ** форме обучения: ЛК – лекции; ЛР – лабораторные работы; СЗ – практические/семинарские занятия.

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 6.1. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Тип аудитории	Оснащение аудитории	Специализированное учебное/лабораторное оборудование, ПО и материалы для освоения дисциплины (при необходимости)
Лекционная	Аудитория для проведения занятий лекционного типа, оснащенная комплектом специализированной мебели; доской (экраном) и техническими средствами мультимедиа презентаций.	Моноблок Lenovo AIO-510-22ISH Intel I5 2200 MHz/8 GB/1000 GB/DVD/audio, монитор 21" Мультимедиа проектор Cactus CSC4.SG MS Windows 10 64bit Microsoft Office 2021 LTSC
Семинарская	Аудитория для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная комплектом специализированной мебели и техническими средствами мультимедиа презентаций.	Моноблок Lenovo AIO-510-22ISH Intel I5 2200 MHz/8 GB/1000 GB/DVD/audio, монитор 21" Мультимедиа проектор Casio XJ-S400UN Проекционный экран GEHA 244*244 MS Windows 10 64bit Microsoft Office 2021 LTSC
Для самостоятельной работы	Аудитория для самостоятельной работы обучающихся (может использоваться для проведения семинарских занятий и консультаций), оснащенная комплектом специализированной мебели и компьютерами с доступом в ЭИОС.	Компьютерный класс для проведения занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная персональными компьютерами (в количестве 25 шт.), доской (экраном) и техническими средствами мультимедиа презентаций.

* - аудитория для самостоятельной работы обучающихся указывается **ОБЯЗАТЕЛЬНО!**

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература:

1. Менеджмент : учебник для вузов / ответственные редакторы Н. И. Астахова, Г. И. Москвитин. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 422 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16387-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/582921>

2. Домбай, К. Конец пиара : управление репутацией как финансовым капиталом : практическое пособие : [16+] / К. Домбай ; ред. Н. Быкова. — Москва : Альпина ПРО, 2023. — 94 с. : ил. — Режим доступа: по подписке. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=707610> (дата обращения: 21.12.2023). — ISBN 978-5-206-00174-7. — Текст : электронный.

3. Бюрг, Ю. Формула онлайн-репутации, или Простыми словами об ORM : [16+] / Ю. Бюрг, О. Кошкин. — Москва : Альпина ПРО, 2022. — 272 с. : ил. — Режим доступа: по подписке. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=707821> (дата обращения: 21.12.2023). — ISBN 978-5-206-00012-2. — Текст : электронный.

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. Бренддинг 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>

3. Шарков Ф.И. 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>

Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

1. ЭБС РУДН и сторонние ЭБС, к которым студенты университета имеют доступ на основании заключенных договоров

- Электронно-библиотечная система РУДН – ЭБС РУДН

<http://lib.rudn.ru/MegaPro/Web>

- ЭБС «Университетская библиотека онлайн» <http://www.biblioclub.ru>

- ЭБС Юрайт <http://www.biblio-online.ru>

- ЭБС «Консультант студента» www.studentlibrary.ru

- ЭБС «Троицкий мост»

2. Базы данных и поисковые системы

- электронный фонд правовой и нормативно-технической документации

<http://docs.cntd.ru/>

- поисковая система Яндекс <https://www.yandex.ru/>

- поисковая система Google <https://www.google.ru/>

- реферативная база данных SCOPUS

<http://www.elsevierscience.ru/products/scopus/>

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся при освоении дисциплины/модуля:*

1. Курс лекций по дисциплине «Репутационный менеджмент».

* - все учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся размещаются в соответствии с действующим порядком на странице дисциплины **в ТУИС!**

РАЗРАБОТЧИК:

Доцент

Должность, БУП

Подпись

Осмоловская Анна
Васильевна

Фамилия И.О.

РУКОВОДИТЕЛЬ БУП:

Заведующий кафедрой

Должность БУП

Подпись

Трубникова Нина
Вадимовна

Фамилия И.О.

РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО:

Заведующий кафедрой

Должность, БУП

Подпись

Трубникова Нина
Вадимовна

Фамилия И.О.