

**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский университет дружбы народов»**

Экономический факультет
Кафедра национальной экономики

Рекомендовано МСЧН/МО

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

**РЕПУТАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ И МЕДИА-КОММУНИКАЦИИ
КОМПАНИИ**

Рекомендуется для направления подготовки/специальности

38.04.01 «ЭКОНОМИКА»

Направленность программы (профиль)

«КОРПОРАТИВНАЯ ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ БИЗНЕСОМ»

Квалификация (степень) выпускника: магистр

*Рассмотрен и утвержден на
заседании кафедры 24.05.2021 г.,
протокол № 9*

**Москва
2021**

1. Цели и задачи дисциплины:

Цель дисциплины – сформировать представление о сущности формирования делового имиджа компании, как универсальной деятельности по изучению и проектированию репутационной политики, а также технологий создания и управления корпоративной репутации, как концепции управления посредством коммуникационных моделей и технологий.

Задачи дисциплины:

- дать студентам представление об концептуальных основах, понятиях применения репутационного менеджмента;
- изучение технологий изучения и формирования имиджа предприятия;
- сформировать у студентов представление о сущности формирования делового имиджа компании.

2. Место дисциплины в структуре ОП ВО:

Дисциплина «Репутационный менеджмент и медиа-коммуникации компании» относится к обязательным дисциплинам Вариативной части учебного плана.

В таблице № 1 приведены предшествующие и последующие дисциплины, направленные на формирование компетенций дисциплины в соответствии с матрицей компетенций ОП ВО.

Таблица № 1 - Предшествующие и последующие дисциплины, направленные на формирование компетенций

№ п/п	Шифр и наименование компетенции	Предшествующие дисциплины	Последующие дисциплины (группы дисциплин)
1	УК-4. Способен применять современные коммуникативные технологии на государственном языке Российской Федерации и иностранном (ых) языке (ах) для академического и профессионального взаимодействия.	Корпоративное управление	Профессиональный иностранный язык Управление продажами Преддипломная практика Практика по профилю профессиональной деятельности Научно-исследовательская работа (получение первичных навыков научно-исследовательской работы) Оформление, подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы
2	ОПК-5. Способен использовать современные информационные технологии и программные средства при решении профессиональных задач.	Корпоративное управление	Этика бизнеса Стратегический маркетинг Введение в блокчейн Преддипломная практика Практика по профилю профессиональной деятельности Научно-исследовательская работа (получение первичных навыков научно-исследовательской работы) Оформление, подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы
3	ПКО-1. Способен осуществлять анализ и прогноз основных социально-экономических показателей деятельности	Корпоративное управление	Экономика современного предприятия Развитие управленческих компетенций Этика бизнеса Технологии проектного управления Производственный и операционный менеджмент Оценка бизнеса и управление его

	<p>предприятия, отрасли, региона и экономики в целом.</p>		<p>стоимостью Логистика и управление цепями поставок Сбор, анализ и управление Big Data Цифровая трансформация мировой экономики Трансформация бизнеса в цифровой экономике Эффективные управленческие решения Инвестиционный анализ Бизнес-аналитика Стратегический маркетинг Введение в блокчейн Управление продажами Управление организационными изменениями Управление международным бизнесом ВЭД стран БРИКС Организация и управление стартап-проектами Риск-менеджмент Бизнес-разведка Smart экономика Культура ведения бизнеса в странах Азии Культура ведения бизнеса в странах ЕС Преддипломная практика Практика по профилю профессиональной деятельности Научно-исследовательская работа (получение первичных навыков научно-исследовательской работы) Оформление, подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы</p>
--	---	--	---

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

- УК-4. Способен применять современные коммуникативные технологии на государственном языке Российской Федерации и иностранном (ых) языке (ах) для академического и профессионального взаимодействия.
- ПКО-1. Способен осуществлять анализ и прогноз основных социально-экономических показателей деятельности предприятия, отрасли, региона и экономики в целом.
- ПКО-2. Способен самостоятельно организовывать и осуществлять управление проектной деятельностью и критически оценивать качество полученных результатов.
- ПКО-3. Способен проводить первичные исследования в соответствии с направленностью программы, организовывать свою научно-исследовательскую работу и представлять результаты исследований научному сообществу.

В результате освоения дисциплины студент должен:

Знать:

- основные методы и технологии формирования корпоративной репутации, индивидуальной узнаваемости и имиджа;
- механизмы формирования и управления репутациями в кризисных ситуациях;

- инструментарий антикризисного поведения.

Уметь:

- анализировать различные источники информации;
- определять основные проблемы в коммуникационном взаимодействии по вопросам создания и реализации корпоративного имиджа;
- выявлять проблемные ситуации в организации репутационной политики предприятия, прогнозировать кризисные ситуации и разрабатывать планы антикризисных мероприятий.

Владеть:

- методологией экономической науки;
- категориально-понятийным аппаратом в сфере формирования деловой репутации, навыками управления антикризисными программами по восстановлению имиджа компаний;
- методами оценки эффективности коммуникационных технологий, применяемых в репутационной политике.

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

Вид учебной работы	Всего часов	Модули			
		1 модуль	2 модуль		
Аудиторные занятия (всего)	24	12	12		
В том числе:	-	-	-	-	-
Лекции					
Практические занятия (ПЗ)	24	12	12		
Самостоятельная работа (всего)	24	22	12		
<i>Виды самостоятельной работы (подготовка д/з, рефераты и т.п.)</i>					
Общая трудоемкость	час	72			
	зач. ед.	2			

5. Содержание дисциплины

5.1. Содержание разделов дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела
1.	Раздел 1. Концептуальные основы репутационного менеджмента.	Имидж – репутация – бренд как формула развития проекта: определение и логическая связь понятий.
2.	Раздел 2. Управление Репутациями, исследование репутации	Исследования репутации: количественные (репрезентативные) и качественные (фокус-группы, экспертные опросы, глубинные интервью); информационный и коммуникационный аудит.
3.	Раздел 3. Построение корпоративного имиджа	Миссия – видение – корпоративная философия; сторителлинг; корпоративная культура и корпоративный кодекс

4.	Раздел 4. Брендинг и бренд-менеджмен	Идентификационный брендинг, ребрендинг, ко-брендинг, брендинг социально ответственного поведения, антибрендинг
5.	Раздел 5. Методы формирования репутации. Методы управления репутацией и ее изменения	Теоретический уровень разработки репутационных технологий: определение и применение общих и специальных социальных законов. Анализ и использование общих методов и принципов управленческой науки. Систематизация, классификация и технологии создания и упрочения корпоративной репутации.

Содержание разделов и тем дисциплины

Раздел 1. Концептуальные основы репутационного менеджмента.

Имидж – репутация – бренд как формула развития проекта: определение и логическая связь понятий.

Раздел 2. Управление репутациями, исследование репутации

Исследования репутации: количественные (репрезентативные) и качественные (фокус-группы, экспертные опросы, глубинные интервью); информационный и коммуникационный аудит.

Раздел 3. Построение корпоративного имиджа

Миссия – видение – корпоративная философия; сторителлинг; корпоративная культура и корпоративный кодекс.

Раздел 4. Брендинг и бренд-менеджмен

Идентификационный брендинг, ребрендинг, ко-брендинг, брендинг социально ответственного поведения, антибрендинг

Раздел 5. Методика работы над рукописью работы

Теоретический уровень разработки репутационных технологий: определение и применение общих и специальных социальных законов. Анализ и использование общих методов и принципов управленческой науки. Систематизация, классификация и технологии создания и упрочения корпоративной репутации.

5.2. Разделы дисциплин и виды занятий

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Всего часов	Всего аудиторных часов	В том числе			Самост. работа
				лекции	Практич. занятия	В т.ч ИФ*	
1.	Концептуальные основы репутационного менеджмента.	12	4		4		2
2.	Методы формирования репутации.	16	6		6	4	6
3.	Методы управления репутацией и ее изменения	16	6		6	4	6

4.	Построение корпоративного имиджа	16	4		4	4	6
5.	Методы оценки корпоративного имиджа и репутации.	16	4		4	4	6
6.	Альтернативные подходы к управлению корпоративными репутациями	16	6		6	2	6
7.	Особенности управления репутацией территории	18	4		4		6
	ИТОГО	72	34		34	18	38

ИФ- интерактивная форма

6. Лабораторный практикум в данном курсе не предусмотрен

7. Практические занятия (семинары)

№ п/п	№ темы дисциплины	Тема интерактивного занятия	Вид занятия	Трудоемкость, час
1.	Имидж репутация бренд	бренд как формула развития проекта: определение и логическая связь понятий.	Кейс	4
2.	Исследования репутации	количественные (репрезентативные) и качественные (фокус-группы, экспертные опросы, глубинные интервью); информационный и коммуникационный аудит	Кейс	4
3.	Построение корпоративного имиджа	миссия – видение – корпоративная философия; сторителлинг; корпоративная культура и корпоративный кодекс	Кейс	4
4.	Брендинг и бренд-менеджмент	идентификационный брендинг, ребрендинг, ко-брендинг, брендинг социально ответственного поведения, антибрендинг	Кейс	4
5.	Фирменный стиль	бренд-бук и бренд-атлас	Кейс	2

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины:

Для проведения занятий по дисциплине необходимо:

Учебные аудитории для проведения лекций и практических занятий (по числу студентов в группе);

Мультимедийный проектор;

Стационарный экран.

ауд.	Наименование	Материально-техническое обеспечение
17	Учебная	Мультимедиа проектор - 2 шт., звуковая трибуна - 1 шт., экран - 2

	аудитория	шт.
19	Компьютерный класс	Компьютеры Pentium 4-1700/256MB/cd/audio - 21 шт., мультимедиа проектор PanasonicPT-LC75 - 1 шт. , экран -1 шт.
21	Компьютерный класс	Компьютеры Celeron 2600/512MB/cd/audio- 21 шт., мультимедиа проектор PanasonicPT-LC75 - 1 шт , экран -1 шт.
23	Компьютерный класс	Компьютеры Celeron 2600/512MB/cd/audio - 21 шт., мультимедиа проектор PanasonicPT-LC75 - 1 шт., экран - 1 шт.
25	Компьютерный класс	Компьютеры Celeron 766/256MB/audio - 21 шт., мультимедиа проектор PanasonicPT-LC75 - 1 шт., экран - 1 шт.

9. Информационное обеспечение дисциплины

ОС MS Windows (XP и выше), MS Office 2007.

Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

1. Сайт библиотеки РУДН – Режим доступа: <http://lib.rudn.ru/> - со стационарных компьютеров РУДН
2. Университетская библиотека ONLINE – Режим доступа: <http://www.biblioclub.ru/>
3. LexisNexis. – Режим доступа: <http://www.lexisnexis.com/hottopics/Inacademic/>?
4. Книжные коллекции издательства SPRINGER. – Режим доступа: www.springerlink.com
5. Вестник РУДН – Режим доступа: <http://www.elibrary.ru/defaultx.asp>
6. Columbia International Affairs Online (CIAO) – Режим доступа: <http://www.ciaonet.org/>
7. Универсальные базы данных East View. – Режим доступа: <http://online.ebiblioteka.ru/>
8. Полнотекстовая коллекция российских научных журналов. eLibrary.ru – Режим доступа: <http://elibrary.ru/defaultx.asp?>
9. Электронная библиотека Издательского дома «Гребенников». Grebennikon. – Режим доступа: <http://grebennikon.ru/>
10. Международный портал электронных газет общественно-политической тематики. Library PressDisplay – Режим доступа: <http://library.pressdisplay.com>
11. Справочники - отраслевые и страноведческие БД. Polpred.com. – Режим доступа: <http://www.polpred.com/>
12. On-line доступ к журналам. Информационная база данных по всем отраслям науки и электронная доставка документов. SwetsWise. – Режим доступа: <https://www.swetswise.com>
13. Журналы University of Chicago Press Journals: American Journal of Education. Comparative Education Review. – Режим доступа: <http://www.journals.uchicago.edu/action/showJournals?type=byAlphabet>
14. Книги издательства «Альпина Паблишерз». Актуальная деловая литература. – Режим доступа: http://www.alpinabook.ru/books/online_biblioteka.php
15. Электронная библиотека литературы по истории России BIBLIOPHIKA – Режим доступа: <http://www.bibliophika.ru/>
16. Электронная библиотека диссертаций РГБ – Режим доступа: <http://diss.rsl.ru/>

Поисковые системы: Яндекс (yandex.ru), Google (google.ru).

10. Учебно-методическое обеспечение дисциплины:

а) основная литература:

1. Государственный PR: связи с общественностью для государственных организаций и проектов: Учебник / А.Н. Чумиков, М.П. Бочаров. - М.: НИЦ Инфра-М, 2012. - 329 с.// <http://znanium.com/bookread.php?book=254819>
2. Связи с общественностью : Учебное пособие / С.А. Варакута. - М.: ИНФРА-М, 2009. - 207 с.<http://znanium.com/bookread.php?book=147367>

3. Связи с общественностью (паблик рилейшнз): Учебное пособие / М.И. Тимофеев. - 4-е изд. - М.: ИЦ РИОР, 2009. - 192 с. // <http://znanium.com/bookread.php?book=193225>

б) дополнительная литература:

1. Гриффин Э. Управление репутационными рисками: Стратегический подход. - М.: Альпина Бизнес Букс, 2009. - 237 с.
2. Даулинг Г. Репутация фирмы: Создание, управление и оценка эффективности. - М.: Инфра-М, 2003. - 368 с.
3. Моисеева Н.К., Рюмин М.Ю., Слушаенко М.В., Будник А.В. Брендинг в

управлении

маркетинговой активностью. - М.: Омега-Л, 2003. 0 410 с

в) программное обеспечение:

г) базы данных, информационно-справочные и поисковые системы:

<http://lib.rudn.ru/> - сайт библиотеки РУДН

Разделы:

1. Электронный каталог – база книг и периодики в фонде библиотеки РУДН.
2. Электронные ресурсы – в том числе Лицензированные ресурсы УНИБЦ (НБ):

Университетская библиотека ONLINE, LexisNexis, SPRINGER, Вестник РУДН, Columbia International Affairs Online (CIAO), East View, eLibrary.ru, Grebennikon, Library PressDisplay, Polpred.com, SwetsWise, Swets Wise online content, University of Chicago Press Journals, Книги издательства «Альпина Паблишерз», BIBLIOPHIKA, Электронная библиотека диссертаций РГБ.

3. поисковые системы - www.yandex.ru, www.google.ru, www.rambler.ru

11. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Преподавание курса предполагает такие методы обучения, как семинары, групповое и индивидуальное консультирование, практикумы, мастер-классы, самостоятельную работу студента.

Виды занятий и методы обучения

Лекции	Аудиторная форма занятий, в которой даются основные положения учебной дисциплины. Конечная цель лекций – достижение студентами необходимой для дальнейшей профессиональной деятельности степени овладения изучаемыми теоретическими знаниями. Форма лекции может быть как традиционной, так и интерактивной.
Практические занятия	Аудиторная диалоговая форма занятий по одной из тем курса, предполагающая активное участие студентов (всех или некоторых из них), направленная на формирование у них навыков самостоятельного теоретического анализа рассматриваемых в курсе проблем, в том числе путем изучения текстов первоисточников, накопление практического опыта решения типовых профессиональных задач.
Групповое академическое консультирование	Основная задача группового академического консультирования - подробное либо углубленное рассмотрение некоторых тем теоретического курса, освоение которых, как правило, вызывает затруднение у части студентов. По желанию студентов возможно вынесение на обсуждение дополнительных: тем, вызывающих у них особый интерес, которые не получают достаточного освещения в лекционном курсе. Данная форма занятий является обязательной для преподавателя, студент имеет право не принимать участие в такой консультации в случае, если он самостоятельно успешно освоил данный раздел курса или же обсуждаемая дополнительная тема его не интересует.
Индивидуальные консультации	Внеаудиторная форма работы преподавателя с отдельным студентом, подразумевающая обсуждение тех разделов дисциплины, которые оказались для студента неясными, или же вызванная желанием студента

	работать над написанием курсовой или выпускной квалификационной работы по изучаемому курсу.
Мастер-класс	Лекция и/или групповое консультирование приглашенного известного и высококвалифицированного зарубежного или отечественного ученого (либо практика в данной области). Задача - показать реальную сторону исследовательской и прикладной работы в науке и демонстрация студентам стандартов мышления профессионала в избранной ими специальности.
Самостоятельная работа	Чтение рекомендованной литературы (обязательной и дополнительной), подготовка к устным выступлениям, подготовка к письменным контрольным работам (рубежным, итоговым испытаниям), написание рефератов, эссе, курсовых и выпускных квалификационных работ; а также иные виды работы, необходимые для выполнения учебной программы

Условия и критерии выставления оценок

От студентов требуется посещение лекций и семинарских занятий, обязательное участие в аттестационных испытаниях, выполнение заданий преподавателя. Особо ценится активная работа на семинаре (умение вести дискуссию, творческий подход к анализу материалов, способность четко и емко формулировать свои мысли), а также качество подготовки контрольных работ (тестов) и докладов.

Оценки по преподаваемым дисциплинам выставляются на основании результатов изучения, демонстрируемых студентами на протяжении всего периода обучения (как правило, семестра). Итоговая оценка определяется суммой баллов, полученных студентами за различные виды работы в течение всего периода обучения, предусмотренного учебной программой.

Все виды учебных работ выполняются точно в сроки, предусмотренные программой обучения. Если студент *без уважительных причин* не выполнил какое-либо из учебных заданий (пропустил контрольную работу, позже положенного срока сдал реферат и т.п.), то за данный вид учебной работы баллы ему не начисляются, а подготовленные позже положенного срока работы не оцениваются.

За различные виды работа в течение всего периода обучения студент может получить максимальную сумму – *100 баллов*, из которых:

- 20 баллов – аттестация рубежная
- 20 баллов – аттестация итоговая
- 20 баллов – выполнение заданий на занятиях
- 20 баллов - активность на практических занятиях
- 20 баллов - подготовка презентации с докладом

Методические указания по выполнению практических видов занятий

На практических занятиях студенты обсуждают сообщения, доклады, рефераты, выполненные ими по результатам изучения учебного материала и научных исследований, проводимых под руководством преподавателя.

Практические занятия проводятся по основным и наиболее сложным вопросам (темам, разделам) учебной программы.

Главная цель семинара – углубить, систематизировать и закрепить теоретические знания, полученные студентами на лекциях и в процессе самостоятельной работы над учебным материалом, а также привить им навыки работы с литературой, в обобщении материалов, письменного и устного изложения, в умении защищать развиваемые положения и выводы. Кроме того, семинары являются одним из средств контроля качества самостоятельной работы студента.

Основные задачи практических занятий состоят в том, чтобы:

- углублять и закреплять знания, полученные на лекциях и в ходе самостоятельной работы студентов над учебным материалом;

- проверить эффективность и результативность самостоятельной работы студентов над учебным материалом;
- выработать у студентов методические навыки проведения учебных занятий по данной учебной дисциплине;
- привить студентам навыки поиска, обобщения и изложения учебного материала;
- выработать умение формулировать, обосновывать и излагать собственные суждения по обсужденному вопросу, умение отстаивать свои взгляды, вести дискуссию.

Методические рекомендации по выполнению самостоятельной работы

Самостоятельная работа студентов является важной составной частью учебного процесса и имеет целью закрепление и углубление знаний, полученных на лекциях и других занятиях, выработку навыков работы с литературой, активный поиск новых знаний, подготовку к предстоящим занятиям, зачетам и экзаменам, формирование культуры умственного труда, самостоятельности и инициативы в поиске и приобретении знаний.

Основы обеспечения самостоятельной работы студентов должны быть заложены в учебных планах и программах путем рационального распределения учебных дисциплин по семестрам, надлежащей последовательности их прохождения и обеспечения времени, необходимого для выполнения домашних заданий и овладения учебным материалом. Качество самостоятельной работы зависит от ее организации и обеспечения.

Самостоятельная работа над учебным материалом должна проводиться систематически, планомерно и целеустремленно; только при этом условии может быть обеспечена надлежащая подготовка студентов и нормальные условия для выполнения домашних заданий, контрольных работ, тестовых заданий, сдачи зачетов и экзаменов.

Самостоятельные занятия планируются каждым студентом.

Самостоятельная работа студентов включает:

- текущую работу над учебным материалом; регулярно подготовку к очередным лекциям и практическим видам занятий путем изучения указанной в программе и рекомендованной лектором дополнительной литературы; изучение и дополнение своих лекционных записей; изучение программных материалов, которые предусматриваются кафедрами для самостоятельного изучения;
- выполнения контрольных (отчетных) работ и других домашних заданий;
- подготовку к коллоквиумам, контрольным работам, зачетам и экзаменам;
- выполнение учебно-исследовательских работ;
- выполнение курсовых работ;
- участие в научно-исследовательской работе.

Использование времени самостоятельной работы планируется студентами по своему усмотрению в соответствии с объемом учебного материала, индивидуальными способностями и личным опытом работы. Планирование может производиться на каждый день. Отводимое при этом время должно обеспечивать освоение текущего лекционного материала, выполнение всех плановых заданий и постоянную готовность к практическим и контрольным работам.

Задания для самостоятельной работы по темам

Для подготовки к практическим занятиям с проведением деловых игр даются индивидуальные задания для самостоятельной работы.

Темы рефератов/докладов

1. Проблематика репутационного менеджмента в условиях информационного общества.
2. Социальные сети как коммуникационный канал формирования корпоративной репутации.
3. Корпоративная мифология, корпоративная культура и корпоративная репутация.
4. Влияние менеджмента на формировании корпоративной репутации.
5. Роль государственных институтов в формировании репутации организации.

6. Количественные и качественные методы оценки корпоративной репутации.
7. Корпоративная социальная ответственность в практике современных бизнес-компаний.
8. Репутация как социальный феномен прошлого и настоящего цивилизационной культуры.
9. Искусство управления репутацией.
10. Технологии создания и управления корпоративными репутациями.
11. Корпоративная культура и её значение в создании корпоративной репутации.
12. Антикризисные стратегии защиты благоприятного имиджа и репутации.
13. Механизмы репутационного менеджмента.
14. Методы оценки корпоративного имиджа и репутации.
15. Основные средства повышения эффективности репутационного менеджмента и интенсификации взаимодействия с целевой аудиторией.

Соответствие систем оценок (используемых ранее оценок итоговой академической успеваемости, оценок ECTS и балльно-рейтинговой системы оценок текущей успеваемости)

Баллы БРС	Традиционные оценки РФ	Оценки ECTS
95-100	5	A
86-94		B
69-85	4	C
61-68	3	D
51-60		E
31-50	2	FX
0-30		F
51-100	Зачет	Passed

Описание оценок ECTS:

A ("Отлично") - теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество их выполнения оценено числом баллов, близким к максимальному.

B ("Очень хорошо") - теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом в основном сформированы, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество выполнения большинства из них оценено числом баллов, близким к максимальному.

C ("Хорошо") - теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов некоторые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы недостаточно, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество выполнения ни одного из них не оценено минимальным числом баллов, некоторые виды заданий выполнены с ошибками.

D ("Удовлетворительно") - теоретическое содержание курса освоено частично, но пробелы не носят существенного характера, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом в основном сформированы, большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий выполнено, некоторые из выполненных заданий, возможно, содержат ошибки.

E ("Посредственно") - теоретическое содержание курса освоено частично, некоторые практические навыки работы не сформированы, многие предусмотренные программой обучения учебные задания не выполнены, либо качество выполнения некоторых из них оценено числом баллов, близким к минимальному.

FX ("Условно неудовлетворительно") - теоретическое содержание курса освоено частично, необходимые практические навыки работы не сформированы, большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий не выполнено либо качество их

выполнения оценено числом баллов, близким к минимальному; при дополнительной самостоятельной работе над материалом курса возможно повышение качества выполнения учебных заданий

F ("Безусловно неудовлетворительно") - теоретическое содержание курса не освоено, необходимые практические навыки работы не сформированы, все выполненные учебные задания содержат грубые ошибки, дополнительная самостоятельная работа над материалом курса не приведет к какому-либо значимому повышению качества выполнения учебных заданий.

12. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Код контролируемой компетенции или ее части	Контролируемый раздел дисциплины	Контролируемая тема дисциплины	ФОСы (формы контроля уровня освоения ООП)				Итоговая аттестация	Баллы темы	Баллы раздела
			Аудиторная работа			Самостоятельная работа			
			Работа на занятии	Работа на семинаре/инт. занятии	Инд. задания				
УК-4	1. Концептуальные основы репутационного менеджмента	Социальный феномен и понятие репутации.	1		1	1	1	4	10
		Становление и развитие научного направления и учебной дисциплины. Теоретическая и практическая разработка вопросов репутационных технологий.	1	2	1	1	1	6	
ПКО-2	2. Управление репутациями	Репутация как ресурс управления	1		1	1	1	4	16
		Определение репутационных характеристик и факторов, влияющих на процесс создания корпоративной репутации.	1	2	1	1	1	6	
		Стратегия удачного конкурентного позиционирования корпоративной репутации: проблемы создания и развития.	1	2	1	1	1	6	
УК-4	3. Механизмы репутационного менеджмента.	Стратегический анализ и репутационный менеджмент	1		1	1	1	4	16
		Репутация как средство повышения доверия к субъекту коммуникации.	1	2	1	1	1	6	
		Репутация как средство интенсификации коммуникации между субъектом репутации и общественностью.	1	2	1	1	1	6	
ПКО-3	4. Методы формирования репутации. Методы управления репутацией и ее изменения	Тема научного исследования. Обоснование актуальности выбранной темы. Цели и задачи научно-исследовательской работы. Определение объекта и предмета исследования	1	2	2	2	1	8	30
		Теоретический уровень разработки репутационных технологий: определение и	1		1	1	1	4	

		применение общих и специальных социальных законов.							
		Анализ и использование общих методов и принципов управленческой науки.	1	2	1	1	1	6	
		Практический уровень разработки репутационных технологий: определение компонентов системы коммуникационного менеджмента и их внедрение применительно к конкретному случаю управления репутациями.	1	2	1	1	1	6	
		Основные правила разработки прикладной технологии репутационного менеджмента.	1	2	1	1	1	6	
ПКО-1	5. Методы оценки корпоративного имиджа и репутации	Проблема определения совокупного корпоративного имиджа и репутации. Использование качественных и количественных методов исследования при анализе конкретной ситуации.	1	2	2	2	1	8	12
		Разновидности качественного анализа: управленческий самоанализ; углубленное интервьюирование; фокус-группы. Количественный анализ как метод описания корпоративной репутации.	1		1	1	1	4	
УК-4	6. Особенности управления репутацией территории	Имидж, репутация и бренд территории в современном мире.	1	2	1	1	1	6	16
		Особенности и ресурсы территории (природные и экологические, официальные, финансово-экономические, институциональные и административно-политические, инновационные и информационные, социальные и демографические).	1	2	1	1	1	6	
		Методика анализа имиджа и репутации территории.	1		1	1	1	4	
		Итого							100

Примерный вариант тестов для промежуточной аттестации

1. Отметьте элементы, которые являются составляющими имиджа

- средовый имидж
 габитарный имидж
 вербальный имидж
 кинетический имидж

2. Репутация и паблисити. Это одинаковые понятия?

- да нет

3. Кем разработана AC3ID модель корпоративной идентичности?

- Джоном Балмером
- Стивеном Гейзером
- это автора
- правильного ответа нет

4. Компоненты концепции КСО включают?

- ответственность компании во взаимоотношениях с партнерами
- ответственность в отношении потребителей
- ответственную политику в отношении работников
- экологическую ответственность
- ответственность компании перед обществом в целом

5. Отметить институты, формирующие репутацию территории

- органы федеральной, региональной и муниципальной власти
- политические партии и движения
- средства массовой информации
- профессиональные объединения и союзы
- организации культуры и науки
- рекламные и PR-агентства
- региональные производители товаров и услуг

6. Понятие «авторитет» является синонимом понятия «репутация»?

- да нет

7. Отметьте, что включает символический капитал:

- Имя человека
- Престиж
- Известность
- Социальный статус человека

8. Является ли деловая репутация нематериальным активом компании?

- да нет

9. Верно ли, что имидж в отличие от репутации ориентирован на массовую аудиторию и массовое сознание?

- да нет

10. Выберите правильный вариант. Нейминг – это

- процесс создания имени компании
- создание слогана
- индекс информационного благоприятствования

Разработчик:

доцент, каф. Нац.экономики _____

Руководитель программы

доцент, каф. Нац.экономики _____

М.В. Черняев

Заведующий кафедрой

Нац.экономики, д.э.н., проф.

Ю.Н. Мосейкин