

МИНОБРНАУКИ РОССИИ



Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

**«Российский государственный гуманитарный университет»
(ФГБОУ ВО «РГГУ»)**

ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ, УПРАВЛЕНИЯ И ПРАВА

**ФАКУЛЬТЕТ УПРАВЛЕНИЯ
Кафедра маркетинга**

РЕПУТАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Направление подготовки: 38.03.02 Менеджмент
Направленность: Маркетинг

Уровень квалификации выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная, очно-заочная

РПД адаптирована для лиц
с ограниченными возможностями здоровья
и инвалидов

Москва 2021

Репутационный менеджмент
Рабочая программа дисциплины
Составители:
Канд. экон. наук, доцент, Т.Б.Рыжкова

УТВЕРЖДЕНО
Протокол заседания кафедры
маркетинга
№ 9 от 14.05.2021

ОГЛАВЛЕНИЕ

1. Пояснительная записка

1.1 Цель и задачи дисциплины

1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с индикаторами достижения компетенций

1.3. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы

2. Структура дисциплины

3. Содержание дисциплины

4. Образовательные технологии

5. Оценка планируемых результатов обучения

5.1. Система оценивания

5.2. Критерии выставления оценок

5.3. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Список источников и литературы

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

9. Методические материалы

9.1. Планы семинарских занятий

9.2. Методические рекомендации по подготовке письменных работ

Приложения

Приложение 1. Аннотация дисциплины

Приложение 2. Лист изменений

1. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

1.1 Цели и задачи дисциплины

Дисциплина «Репутационный менеджмент» входит в состав части, формируемой участниками образовательных отношений учебного плана бакалавриата по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент» (уровень бакалавриата) направленность: Маркетинг

Цель дисциплины – предоставить студентам необходимые знания для эффективного формирования, поддержки и управления репутацией, в том числе онлайн.

Задачи дисциплины:

1. развить умение построения коммуникационного поля и потоков компании;
2. развить умение самостоятельно выбирать эффективную стратегию управления корпоративной репутацией;
3. сформировать навык мониторинга коммуникационного окружения компании.
4. изучить основные виды площадок;
5. развить умение выделять целевые аудитории и использовать каналы выхода на целевые аудитории;
6. изучить особенности корпоративного сайта;

1.2. Формируемые компетенции, соотнесённые с планируемыми результатами обучения по дисциплине:

Компетенция (код и наименование)	Индикаторы компетенций (код и наименование)	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
ПК-3. Способен осуществлять информационно-коммуникационную (ИК) деятельность организации, направленную на формирование спроса и стимулирование сбыта	ПК-3.2. Осуществляет реализацию мероприятий по формированию репутации организации/торговой марки	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Основы управления репутационными рисками, инструменты репутационного менеджмента • современные подходы к формированию деловой репутации и корпоративного имиджа • принципы социальной ответственности бизнеса <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> • формировать желаемый образ организации у партнеров, потребителей • взаимодействовать со средствами массовой информации • реализовывать мероприятия по защите репутации организации/торговой марки <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Навыками организации

		<p>программ и проектов, направленных на поддержание желаемого образа организации / торговой марки</p> <ul style="list-style-type: none"> • Навыками распространения информации с целью создания благоприятного общественного мнения
--	--	--

1.3 Место дисциплины в структуре основной образовательной программы

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

Изучение дисциплины базируется на знаниях, умениях и компетенциях студентов, полученных при освоении дисциплин «Маркетинг», «Поведение потребителя», «Маркетинговые коммуникации», «Социальная ответственность бизнеса», «Бренд-менеджмент». Умения и компетенции, полученные студентами в процессе освоения данной дисциплины необходимы для дальнейшего написания выпускной квалификационной работы.

7. СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Структура дисциплины для очной формы обучения

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 2 з.е., 76 ч., в том числе контактная работа обучающихся с преподавателем 28 ч., самостоятельная работа обучающихся 48 ч.

№ п/п	Раздел дисциплины/темы	Семестр	Виды учебной работы (в часах)					Самостоятельная работа	Формы текущего контроля успеваемости, форма промежуточной аттестации
			контактная						
			Лекции	Семинар	Практические занятия	Лабораторные занятия	Промежуточная аттестация		
1	Репутационный менеджмент как особая разновидность ПР-деятельности	8	2	4				12	Доклад Дискуссия
2	Корпоративная культура как основа для построения репутации	8	2	4				12	Доклад Дискуссия
3	Имидж и репутация	8	4	4				12	Доклад Дискуссия Решение задач

4	КСО в системе репутационного менеджмента	8	4	4				12	Доклад Дискуссия
	<i>Зачёт</i>								<i>Проектная работа</i>
	итоги:		12	16				48	

Структура дисциплины для очно-заочной формы обучения

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 2 з.е., 76 ч., в том числе контактная работа обучающихся с преподавателем 16 ч., самостоятельная работа обучающихся 60 ч.

№ п/п	Раздел дисциплины/ темы	Семестр	Виды учебной работы (в часах)						Самостоятельная работа	Формы текущего контроля успеваемости, форма промежуточной аттестации
			контактная							
			Лекции	Семинар	Практические занятия	Лабораторные занятия	Промежуточная аттестация			
1	Репутационный менеджмент как особая разновидность ПР-деятельности	9	1	2				15	Доклад Дискуссия	
2	Корпоративная культура как основа для построения репутации	9	1	4				15	Доклад Дискуссия	
3	Имидж и репутация	9	1	2				15	Доклад Дискуссия	
4	КСО в системе репутационного менеджмента	9	1	4				15	Доклад Дискуссия	
	<i>Зачёт</i>								<i>Проектная работа</i>	
	итоги:		4	12				60		

8. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

№	Наименование раздела дисциплины	Содержание
1	Репутационный менеджмент как особая разновидность ПР-	Цели и задачи репутационного менеджмента.

	деятельности	Актуальность проблем, связанных с управлением имиджем и репутацией. Социальные и экономические основы репутационного менеджмента.
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.
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
4	КСО в системе репутационного менеджмента	Корпоративная социальная ответственность, понятие. Становление КСО. Уровни КСО. Отчетность о КСО. Репутационные возможности КСО.

9. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

№ п/п	Наименование раздела	Виды учебных занятий	Образовательные технологии
1	Репутационный менеджмент как особая разновидность ПР-деятельности	Лекция, семинар	Лекция-визуализация с применением слайд-проектора. Доклад-презентация. Дискуссия.
2	Корпоративная культура как основа для построения репутации	Лекция, семинар	Лекция-визуализация с применением слайд-проектора. Доклад-презентация. Дискуссия.
3	Имидж и репутация	Лекция, семинар	Лекция-визуализация с применением слайд-проектора. Доклад-презентация. Дискуссия.
4	КСО в системе репутационного менеджмента	Лекция, семинар	Лекция-визуализация с применением слайд-проектора. Доклад-презентация. Дискуссия.

5. ОЦЕНКА ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ

5.1. Система оценивания

Форма контроля	Макс. количество баллов	
	За одну	Всего

	работу	
Текущий контроль:		
- опрос	5 баллов	30 баллов
- участие в дискуссии на семинаре	5 баллов	10 баллов
- контрольная работа (темы 1-3)	10 баллов	10 баллов
- контрольная работа (темы 4-5)	10 баллов	10 баллов
Промежуточная аттестация (тестирование)		40 баллов
Итого за семестр зачёт		100 баллов

Полученный совокупный результат конвертируется в традиционную шкалу оценок и в шкалу оценок Европейской системы переноса и накопления кредитов (European Credit Transfer System; далее – ECTS) в соответствии с таблицей:

100-балльная шкала	Традиционная шкала		Шкала ECTS
95 – 100	отлично	зачтено	A
83 – 94			B
68 – 82	хорошо		C
56 – 67	удовлетворительно		D
50 – 55		E	
20 – 49	неудовлетворительно	не зачтено	FX
0 – 19			F

5.2. Критерии выставления оценки по дисциплине

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
100-83/ A, B	«отлично»/ «зачтено (отлично)»/ «зачтено»	<p>Выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил теоретический и практический материал, может продемонстрировать это на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся исчерпывающе и логически стройно излагает учебный материал, умеет увязывать теорию с практикой, справляется с решением задач профессиональной направленности высокого уровня сложности, правильно обосновывает принятые решения.</p> <p>Свободно ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «высокий».</p>

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
82-68/ С	«хорошо»/ «зачтено (хорошо)»/ «зачтено»	<p>Выставляется обучающемуся, если он знает теоретический и практический материал, грамотно и, по существу, излагает его на занятиях и в ходе промежуточной аттестации, не допуская существенных неточностей.</p> <p>Обучающийся правильно применяет теоретические положения при решении практических задач профессиональной направленности разного уровня сложности, владеет необходимыми для этого навыками и приёмами.</p> <p>Достаточно хорошо ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «хороший».</p>
67-50/ D, E	«удовлетворительно»/ «зачтено (удовлетворительно)»/ «зачтено»	<p>Выставляется обучающемуся, если он знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает отдельные ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся испытывает определённые затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, владеет необходимыми для этого базовыми навыками и приёмами.</p> <p>Демонстрирует достаточный уровень знания учебной литературы по дисциплине.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «достаточный».</p>
49-0/ F,FX	«неудовлетворительно»/ не зачтено	<p>Выставляется обучающемуся, если он не знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает грубые ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся испытывает серьёзные затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, не владеет необходимыми для этого навыками и приёмами.</p> <p>Демонстрирует фрагментарные знания учебной литературы по дисциплине.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции на уровне «достаточный», закреплённые</p>

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
		за дисциплиной, не сформированы.

5.3. Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Примерная тематика докладов-презентаций

1. Практики КСО в Европе
2. Практики КСО в США
3. Практики КСО в России
4. Принципы Глобального Договора
5. Принципы Экватора
6. Цели развития тысячелетия
7. Социальная хартия российского бизнеса

Вопросы для дискуссии

1. Какому бизнесу нужно управление репутацией?
2. Что такое репутационный фон?
3. Как узнать репутационный фон бренда?
4. Как создавать имидж компании с нуля?
5. Как правильно отвечать на негатив?
6. Как репутация влияет на прибыль компании?

Примерный вариант Проектного задания

1. Оценить репутацию компании (сфера деятельности компании по выбору) и разработать рекомендации по ее совершенствованию. Задание выполняется на основе доступной информации (отчеты, беседы, документы, опросы, исследования в сети интернет)

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1 Список источников и литературы

Источники

Основные

1. Конституция Российской Федерации. - Режим доступа: <http://www.constitution.ru/>
2. Гражданский кодекс Российской Федерации. - Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_5142/

3. Федеральный закон от 27.07.2006 N 152-ФЗ (ред. от 30.12.2020) "О персональных данных" (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.03.2021)
http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_61801/

Дополнительные

Единое окно доступа к образовательным ресурсам. – Режим доступа: <http://window.edu.ru/window>.

Библиотека экономической и деловой литературы. – Режим доступа: <http://ek-lit.narod.ru/keynsod.htm>.

Литература

Основная

1. Шарков, Ф. И. Константы гудвилла: стиль, паблисити, репутация, имидж и бренд фирмы : учебное пособие / Ф. И. Шарков. - 5-е изд., стер. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. — 270 с. - ISBN 978-5-394-03640-8. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1093679>
2. Рева, В. Е. Управление репутацией : учебное пособие / В. Е. Рева. - 2-е изд., стер. - Москва : Дашков и К, 2020. - 136 с. - ISBN 978-5-394-03524-1. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1232771>

Дополнительная

1. Резник, С. Д. Управление репутацией высшего учебного заведения : монография / С. Д. Резник, Т. А. Юдина. — Москва : ИНФРА-М, 2020. — 227 с. — (Научная мысль). - ISBN 978-5-16-009031-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1065794>

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

№п /п	Наименование
1	Международные реферативные наукометрические БД, доступные в рамках национальной подписки в 2020 г. Web of Science Scopus
2	Профессиональные полнотекстовые БД, доступные в рамках национальной подписки в 2020 г. Журналы Cambridge University Press ProQuest Dissertation & Theses Global SAGE Journals Журналы Taylor and Francis
3	Профессиональные полнотекстовые БД JSTOR Издания по общественным и гуманитарным наукам Электронная библиотека Grebennikon.ru
4	Компьютерные справочные правовые системы Консультант Плюс, Гарант

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Лекционный материал для студентов содержит статистические данные, а также сравнительные характеристики изменения динамики экономических показателей.

Для проведения аудиторных занятий по дисциплине необходима аудитория, оснащенная ПК и мультимедиа-проектором.

Состав программного обеспечения (ПО)

№п /п	Наименование ПО	Производитель	Способ распространения (лицензионное или свободно распространяемое)
1	Adobe Master Collection CS4	Adobe	лицензионное
2	Microsoft Office 2010	Microsoft	лицензионное
3	Windows 7 Pro	Microsoft	лицензионное
6	SPSS Statistics 22	IBM	лицензионное
7	Microsoft Share Point 2010	Microsoft	лицензионное
8	SPSS Statistics 25	IBM	лицензионное
9	Microsoft Office 2013	Microsoft	лицензионное
10	ОС «Альт Образование» 8	ООО «Базальт СПО	лицензионное
11	Microsoft Office 2013	Microsoft	лицензионное
12	Windows 10 Pro	Microsoft	лицензионное
13	Kaspersky Endpoint Security	Kaspersky	лицензионное
14	Microsoft Office 2016	Microsoft	лицензионное
15	Visual Studio 2019	Microsoft	лицензионное
16	Adobe Creative Cloud	Adobe	лицензионное
17	Zoom	Zoom	лицензионное

8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья

В ходе реализации дисциплины используются следующие дополнительные методы обучения, текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся в зависимости от их индивидуальных особенностей:

для слепых и слабовидящих:

- лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
- письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением, или могут быть заменены устным ответом;
- обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс;
- для выполнения задания при необходимости предоставляется увеличивающее устройство; возможно также использование собственных увеличивающих устройств;
- письменные задания оформляются увеличенным шрифтом;
- экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

для глухих и слабослышащих:

- лекции оформляются в виде электронного документа, либо предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;
- письменные задания выполняются на компьютере в письменной форме;
- экзамен и зачёт проводятся в письменной форме на компьютере; возможно проведение в форме тестирования.

для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
- письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением;
- экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

При необходимости предусматривается увеличение времени для подготовки ответа.

Процедура проведения промежуточной аттестации для обучающихся устанавливается с учётом их индивидуальных психофизических особенностей. Промежуточная аттестация может проводиться в несколько этапов.

При проведении процедуры оценивания результатов обучения предусматривается использование технических средств, необходимых в связи с индивидуальными особенностями обучающихся. Эти средства могут быть предоставлены университетом, или могут использоваться собственные технические средства.

Проведение процедуры оценивания результатов обучения допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.

Обеспечивается доступ к информационным и библиографическим ресурсам в сети Интернет для каждого обучающегося в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

для слепых и слабовидящих:

- в печатной форме увеличенным шрифтом;
- в форме электронного документа;
- в форме аудиофайла.

для глухих и слабослышащих:

- в печатной форме;
- в форме электронного документа.

для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме;
- в форме электронного документа;
- в форме аудиофайла.

Учебные аудитории для всех видов контактной и самостоятельной работы, научная библиотека и иные помещения для обучения оснащены специальным оборудованием и учебными местами с техническими средствами обучения:

для слепых и слабовидящих:

- устройством для сканирования и чтения с камерой SARA CE;
- дисплеем Брайля PAC Mate 20;
- принтером Брайля EmBraille ViewPlus;

для глухих и слабослышащих:

- автоматизированным рабочим местом для людей с нарушением слуха и слабослышащих;
- акустический усилитель и колонки;

для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- передвижными, регулируемые эргономическими партами СИ-1;
- компьютерной техникой со специальным программным обеспечением.

9. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ

9.1. Планы семинарских занятий.

Цель семинарских занятий: научить использовать знания для эффективного формирования, поддержки и управления репутацией, в том числе онлайн.

Схема семинарского занятия (учебная пара длительностью 90 мин.): блиц-опрос на предмет усвоения теоретического материала (10 мин), опрос по выполненному домашнему заданию (30 мин), дискуссия по экономическим проблемам (10 мин), тестирование (15 мин.), доклад-презентация (15 мин) ответы на вопросы студентов (10 мин).

Условия запуска программы лояльности Таргетирование участников, методы привлечения, модель запуска программы лояльности.

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.
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.
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
КСО в системе репутационного менеджмента	Корпоративная социальная ответственность, понятие. Становление КСО. Уровни КСО. Отчетность о КСО. Репутационные возможности КСО.

Семинар № 1

Тема «Репутационный менеджмент как особая разновидность ПР-деятельности»

Вопросы для обсуждения:

1. Цели и задачи репутационного менеджмента.
2. Актуальность проблем, связанных с управлением имиджем и репутацией.
3. Социальные и экономические основы репутационного менеджмента.
4. Просмотр новостного сюжета. Обсуждение.

Семинар № 2

Тема «Корпоративная культура как основа для построения репутации»

Вопросы для обсуждения:

1. Понятие корпоративной индивидуальности.
2. Корпоративная культура.
3. Фирменный стиль

4. и его составляющие: название организации, логотипы и символика, фирменный цвет, графический дизайн, корпоративные слоганы.
5. Корпоративная философия. Корпоративная миссия. Корпоративные ценности. Корпоративная стратегия.
6. Просмотр фильма «Страх и трепет». Заполнение таблиц. Обсуждение.

Семинар № 3

Тема «Имидж и репутация»

Вопросы для обсуждения:

1. Понятие корпоративного имиджа, корпоративной репутации.
2. Репутация в терминах. Хорошая и плохая репутация.
3. Практическая и финансовая ценность хорошей репутации.
4. Центральная роль руководства.
5. Феномен имиджа в истории культуры.
6. Типы имиджей.
7. Проблема создания персонального имиджа.
8. Составные части личного и профессионального имиджа.
9. Специфика делового имиджа
10. Заполнение таблиц, поиск имиджевых маркеров. Обсуждение домашнего задания.

Семинар № 4

Тема «КСО в системе репутационного менеджмента»

Вопросы для обсуждения:

1. Корпоративная социальная ответственность, понятие.
2. Становление КСО. Уровни КСО.
3. Отчетность о КСО. Репутационные возможности КСО.
4. Анализ отчетов о КСО.

9.2. Методические рекомендации по подготовке письменных работ

Презентация — документ или комплект документов, предназначенный для представления материала.

Цель презентации — донести до целевой аудитории полноценную информацию об объекте презентации в удобной форме.

Презентация может представлять собой сочетание текста, гипертекстовых ссылок, компьютерной анимации, графики, видео, музыки и звукового ряда, которые организованы в единую среду. Презентация имеет сюжет, сценарий и структуру, организованную для удобного восприятия информации. Отличительной особенностью презентации является её интерактивность, то есть создаваемая для пользователя возможность взаимодействия через элементы управления.

Требования к подготовке презентации:

1. Не более 10 слайдов
2. Краткое тезисное, схематичное изложение материала
3. Использование иллюстраций
4. Приведение статистических данных с указанием информационных источников

Первый лист — это титульный лист, на котором обязательно должны быть представлены: название темы доклада и фамилия, имя, отчество автора.

Дизайн-эргономические требования: сочетаемость цветов, ограниченное количество объектов на слайде, цвет текста. В презентации необходимы импортированные объекты из существующих цифровых образовательных ресурсов.

В презентации доклада должна прослеживаться логика изложения материала. Текстовая часть слайда должна быть представлена в тезисной форме. Если автор приводит статистические или аналитические данные, то наиболее подходящей формой является использование графиков и диаграмм, наглядно демонстрирующих сделанные в ходе работы над докладом выводы.

В оформлении презентаций выделяют два блока: оформление слайдов и представление информации на них. Для создания качественной презентации необходимо соблюдать ряд требований, предъявляемых к оформлению данных блоков. Во время презентации очень эффективны так называемые «воздействующие слайды». Это должен быть наиболее запоминающийся образ презентации в целом, например, рисунок, который можно оставить на экране после окончания презентации. Любая презентация станет более эффективной, если она будет проиллюстрирована схемами и диаграммами. При этом важно не перегружать их пояснениями. Если при подаче материала возникает необходимость демонстрации таблиц, то рекомендуется выделять цветом наиболее важные строки и столбцы таблицы.

Использование иллюстраций и анимации в презентации допускается, однако используемые графические объекты должны быть логически связаны с представленным на слайдах текстовым материалом, а также быть корректными и уместными для представления в учебной аудитории.

Объекты на слайдах могут сразу присутствовать на слайдах, а могут возникать на них в нужный момент по желанию докладчика, что усиливает наглядность доклада и привлекает внимание аудитории именно к тому объекту или тексту, о которых в данный момент идет речь.

Рекомендации по подготовке доклада

Доклад является одной из форм исследовательской работы студентов, также формой текущей аттестации студентов.

Задачей подготовки доклада является:

- Развитие умения отбора и систематизации материала по заданной теме;
- Формирование умения представления своей работы в аудитории.

Процесс подготовки доклада включает в себя несколько этапов:

- Составление плана работы.
- Подбор литературы по выбранной теме.
- Написание содержательной части доклада.
- Подготовка выводов по проделанной работе.

Объем работы должен составлять не более 10 страниц, 14 шрифт TimesNewRoman, через 1,5 интервала.

Оформление работы:

Титульный лист.

Введение (отражается актуальность выбранной темы доклада).

Основная содержательная часть.

Заключение (должны быть сформулированы общие выводы по основной теме, отражено собственное отношение к проблемной ситуации).

Список использованной литературы.

АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Репутационный менеджмент» реализуется на факультете управления кафедрой маркетинга.

Цель дисциплины – предоставить студентам необходимые знания для эффективного формирования, поддержки и управления репутацией, в том числе онлайн.

Задачи дисциплины:

1. развить умение построения коммуникационного поля и потоков компании;
2. развить умение самостоятельно выбирать эффективную стратегию управления корпоративной репутацией;
3. сформировать навык мониторинга коммуникационного окружения компании.
4. изучить основные виды площадок;
5. развить умение выделять целевые аудитории и использовать каналы выхода на целевые аудитории;
6. изучить особенности корпоративного сайта;

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:

ПК-3. Способен осуществлять информационно-коммуникационную (ИК) деятельность организации, направленную на формирование спроса и стимулирование сбыта

ПК-3.2. Осуществляет реализацию мероприятий по формированию репутации организации/торговой марки

В результате освоения дисциплины студент должен:

Знать:

- основы управления репутационными рисками, инструменты репутационного менеджмента
- современные подходы к формированию деловой репутации и корпоративного имиджа
- принципы социальной ответственности бизнеса

Уметь:

- формировать желаемый образ организации у партнеров, потребителей
- взаимодействовать со средствами массовой информации
- реализовывать мероприятия по защите репутации организации/торговой марки

Владеть:

- навыками организации программ и проектов, направленных на поддержание желаемого образа организации / торговой марки
- навыками распространения информации с целью создания благоприятного общественного мнения

По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме *зачета*.
Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетных единицы.

ЛИСТ ИЗМЕНЕНИЙ

№	Текст актуализации или прилагаемый к РПД документ, содержащий изменения	Дата	№ протокола
1.			