

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина»

УТВЕРЖДАЮ  
Директор по образовательной  
деятельности

\_\_\_\_\_ С.Т. Князев  
«\_\_» \_\_\_\_\_

### РАБОЧАЯ ПРОГРАММА МОДУЛЯ

Код модуля	Модуль
1160614	Технологии и инструменты управления

Екатеринбург

Перечень сведений о рабочей программе модуля	Учетные данные
<b>Образовательная программа</b> 1. Коммуникативные технологии в рекламе и связях с общественностью	<b>Код ОП</b> 1. 42.03.01/33.02
<b>Направление подготовки</b> 1. Реклама и связи с общественностью	<b>Код направления и уровня подготовки</b> 1. 42.03.01

Программа модуля составлена авторами:

№ п/п	Фамилия Имя Отчество	Ученая степень, ученое звание	Должность	Подразделение
1	Скуратов Алексей Борисович	кандидат социологических наук, без ученого звания	Доцент	научно-образовательный центр цифровой гуманитаристики

**Согласовано:**

Управление образовательных программ

Л.А. Щенникова

# 1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА МОДУЛЯ Технологии и инструменты управления

## 1.1. Аннотация содержания модуля

Модуль «Технологии и инструменты управления» включает ряд базовых дисциплин, дающих необходимые инструменты для профессиональной деятельности: «Бренд-менеджмент», «Репутационный менеджмент», «Политический менеджмент». Модуль направлен на формирование базовых профессиональных компетенций в области управления. Дисциплины модуля играют важную роль в профессиональной подготовке бакалавра по направлению реклама и связи с общественностью. Предполагает изучение студентами сущности и содержания менеджмента, знакомство с различными подходами к планированию маркетинга и разработке маркетинговых стратегий

## 1.2. Структура и объем модуля

Таблица 1

№ п/п	Перечень дисциплин модуля в последовательности их освоения	Объем дисциплин модуля и всего модуля в зачетных единицах
1	Политический менеджмент	2
2	Бренд-менеджмент	3
3	Репутационный менеджмент	3
ИТОГО по модулю:		8

## 1.3. Последовательность освоения модуля в образовательной программе

Пререквизиты модуля	Не предусмотрены
Постреквизиты и кореквизиты модуля	Не предусмотрены

## 1.4. Распределение компетенций по дисциплинам модуля, планируемые результаты обучения (индикаторы) по модулю

Таблица 2

Перечень дисциплин модуля	Код и наименование компетенции	Планируемые результаты обучения (индикаторы)
1	2	3
Бренд-менеджмент	ОПК-3 - Способен выявлять, концептуализировать и предлагать	3-1 - Изложить возможные способы решения проблем в профессиональной области деятельности, используя знания научных теорий, концепций, подходов, в

	<p>обоснованные решения проблем в профессиональной деятельности на основе знания научных теорий, концепций, подходов, в том числе обладающие инновационным потенциалом</p>	<p>том числе обладающих инновационным потенциалом</p> <p>З-2 - Объяснить особенности и возможности применения основных научных теорий, концепций и подходов для обоснования решения проблем в профессиональной деятельности</p> <p>У-1 - Самостоятельно определять способы решения проблем, значимых для профессиональной области, и обосновывать их, используя знания научных теорий, концепций, подходов, в том числе инновационных</p> <p>У-2 - Анализировать профессиональную область деятельности и выявлять присущие ей проблемы, их причины и суть, используя методологию научных теорий и концепций</p> <p>П-1 - Самостоятельно или работая в команде предлагать и обосновывать способы решения проблем в профессиональной деятельности, используя знания научных теорий, концепций, подходов, в том числе обладающих инновационным потенциалом</p> <p>Д-1 - Проявлять аналитические умения</p> <p>Д-2 - Проявлять способность эффективно работать в команде, умения аргументировать и убеждать</p>
<p>Политический менеджмент</p>	<p>ПК-2 - Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах</p>	<p>З-1 - Идентифицировать систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития</p> <p>У-1 - Выявлять актуальные события в жизни общества и новые точки зрения на эти события</p> <p>У-2 - Корректно вести полемику, аргументировать свою точку зрения</p> <p>П-1 - Соблюдать принцип объективности в создаваемых медиапроектах и (или) медиапродуктах при освещении деятельности общественных и государственных институтов</p>

<p>Репутационный менеджмент</p>	<p>ОПК-5 - Способен к осуществлению внутриорганизационного, межведомственного и межсекторного взаимодействия с органами власти, коммерческими организациями и институтами гражданского общества, образовательными организациями, СМИ с учетом запросов клиентов, партнеров, других субъектов для эффективного решения профессиональных задач</p>	<p>З-1 - Изложить основные принципы и формы внутриорганизационного, межведомственного и межсекторного взаимодействия с учетом запросов клиентов, партнеров, других субъектов для эффективного решения профессиональных задач</p> <p>З-2 - Характеризовать роль и механизм межведомственного взаимодействия и социального партнерства в достижении целей организации и решении профессиональных задач</p> <p>У-1 - Самостоятельно определять субъектов взаимодействия и социального партнерства с учетом специфики профессиональной деятельности</p> <p>У-2 - Обосновать целесообразность выбора форм межведомственного взаимодействия и социального партнерства для решения профессиональных задач с учетом запросов клиентов, партнеров, других субъектов</p> <p>П-1 - Работая в команде, спланировать процесс поэтапного взаимодействия с органами власти, коммерческими организациями, институтами гражданского общества, образовательными организациями, СМИ в целях эффективного решения профессиональных задач</p> <p>П-2 - Решать поставленные задачи, относящиеся к области профессиональной деятельности, опираясь на принципы и используя различные формы межведомственного взаимодействия и социального партнерства</p> <p>Д-1 - Проявлять целеустремленность, ответственность, стремление к выстраиванию партнерского взаимодействия</p>
---------------------------------	--	--

### 1.5. Форма обучения

Обучение по дисциплинам модуля может осуществляться в очной формах.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**  
**Политический менеджмент**

Рабочая программа дисциплины составлена авторами:

<b>№ п/п</b>	<b>Фамилия Имя Отчество</b>	<b>Ученая степень, ученое звание</b>	<b>Должность</b>	<b>Подразделение</b>
1	Скуратов Алексей Борисович	кандидат социологических наук, без ученого звания	Доцент	научно- образовательный центр цифровой гуманитаристики

**Рекомендовано учебно-методическим советом института Уральский гуманитарный институт**

Протокол № 33.11-08/45 от 30.06.2023 г.

# 1. СОДЕРЖАНИЕ И ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ

Авторы:

- Скуратов Алексей Борисович, Доцент, научно-образовательный центр цифровой гуманитаристики

## 1.1. Технологии реализации, используемые при изучении дисциплины модуля

- Традиционная (репродуктивная) технология
- Разноуровневое (дифференцированное) обучение
  - Базовый уровень

*\*Базовый I уровень – сохраняет логику самой науки и позволяет получить упрощенное, но верное и полное представление о предмете дисциплины, требует знание системы понятий, умение решать проблемные ситуации. Освоение данного уровня результатов обучения должно обеспечить формирование запланированных компетенций и позволит обучающемуся на минимальном уровне самостоятельности и ответственности выполнять задания;*

*Продвинутый II уровень – углубляет и обогащает базовый уровень как по содержанию, так и по глубине проработки материала дисциплины. Это происходит за счет включения дополнительной информации. Данный уровень требует умения решать проблемы в рамках курса и смежных курсов посредством самостоятельной постановки цели и выбора программы действий. Освоение данного уровня результатов обучения позволит обучающемуся повысить уровень самостоятельности и ответственности до творческого применения знаний и умений.*

## 1.2. Содержание дисциплины

Таблица 1.1

Код раздела, темы	Раздел, тема дисциплины*	Содержание
P1	Теоретические и прикладные подходы к изучению технологий политического менеджмента.  Основные категории и практики применения.	Сущность понятия «политический менеджмент». Общее и различия между политическим менеджментом и политическим управлением. Политика как форма неравновесного взаимодействия. Иррациональность политической деятельности. Политика и политическое управление. Управляющие и управляемые. Взаимосвязь политической и управленческой деятельности.  Особенности управленческого воздействия в условиях политического монизма и политического плюрализма. Политическое управление и политическое руководство: их соотношение и взаимосвязь. Политический менеджмент как специфическая форма политического управления.

		<p>Рациональность политического менеджмента. Его место в управленческих процессах. Государственное управление и политический менеджмент.</p>
<b>P2</b>	<p>Стратегия и тактика избирательного процесса. Особенности проведения избирательных кампаний.</p>	<p>Проект как основной документ, которым руководствуется субъект управления политической кампанией. Разделы проекта. Основные требования к проекту. Стратегия политической кампании. Ресурсы политической кампании. Тактика политической кампании. Планирование политической кампании. Модель политической кампании. Внешняя среда политической кампании. Влияние культуры на действия участников политической кампании. Ситуативные факторы. Действия конкурентов. Факторы развертывания политической кампании. Субъект управления в политической кампании. Субъект управления как команда. Структура избирательного штаба. Объект управления. Степени поддержки субъекта управления. Модель политического взаимодействия. Допущения модели политического взаимодействия. Понятия неопределенности, риска, кризиса. Способы снижения уровня неопределенности и рисков при принятии решения. «Public Relations» в процессе принятия решения в критической ситуации. PR-сопровождение процесса принятия решения. Правила работы с журналистами при принятии решения в кризисной ситуации ведения политической кампании.</p>

### 1.3. Направление, виды воспитательной деятельности и используемые технологии

Таблица 1.2

Направление воспитательной	Вид воспитательной	Технология воспитательной	Компетенция	Результаты обучения
----------------------------	--------------------	---------------------------	-------------	---------------------



деятельности	деятельности	деятельности		
Формирование социально-значимых ценностей	профориентационная деятельность	Технология дебатов, дискуссий	ПК-2 - Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	З-1 - Идентифицировать систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития

1.4. Программа дисциплины реализуется на государственном языке Российской Федерации .

## 2. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### Политический менеджмент

#### Электронные ресурсы (издания)

1. , Галкина, Е. В.; Политический менеджмент : учебное пособие.; Северо-Кавказский Федеральный университет (СКФУ), Ставрополь; 2016; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=459207> (Электронное издание)

#### Печатные издания

1. Саркисов, С. Э.; Менеджмент : словарь-справочник.; Анкил, Москва; 2005 (7 экз.)
2. Котлер, Ф.; Маркетинг менеджмент: Анализ, планирование, внедрение, контроль : пер. с англ.; Питер, Санкт-Петербург; 1999 (6 экз.)

### Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы

#### Материалы для лиц с ОВЗ

Весь контент ЭБС представлен в виде файлов специального формата для воспроизведения синтезатором речи, а также в тестовом виде, пригодном для прочтения с использованием экранной лупы и настройкой контрастности.

### Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

1. электронная библиотека MYBRARY - <http://mybrary.ru/>
2. справочно-библиографическая система - <http://search.ebscohost.com/>
3. научная электронная библиотека - <http://elibrary.ru/>

### 3. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

#### Политический менеджмент

#### Сведения об оснащённости дисциплины специализированным и лабораторным оборудованием и программным обеспечением

Таблица 3.1

№ п/п	Виды занятий	Оснащённость специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения
1	Лекции	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя Доска аудиторная	Office Professional 2003 Win32 Russian CD-ROM
2	Практические занятия	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя Доска аудиторная	Office Professional 2003 Win32 Russian CD-ROM
3	Консультации	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя Доска аудиторная	Office Professional 2003 Win32 Russian CD-ROM
4	Текущий контроль и промежуточная аттестация	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя Доска аудиторная	Office Professional 2003 Win32 Russian CD-ROM
5	Самостоятельная работа студентов	Персональные компьютеры по количеству обучающихся Подключение к сети Интернет	Office Professional 2003 Win32 Russian CD-ROM

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**  
**Бренд-менеджмент**

Рабочая программа дисциплины составлена авторами:

<b>№ п/п</b>	<b>Фамилия Имя Отчество</b>	<b>Ученая степень, ученое звание</b>	<b>Должность</b>	<b>Подразделение</b>
1	Скуратов Алексей Борисович	кандидат социологических наук, без ученого звания	Доцент	научно- образовательный центр цифровой гуманитаристики

**Рекомендовано учебно-методическим советом института Уральский гуманитарный институт**

Протокол № 33.11-08/45 от 30.06.2023 г.

# 1. СОДЕРЖАНИЕ И ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ

Авторы:

- Скуратов Алексей Борисович, Доцент, научно-образовательный центр цифровой гуманитаристики

## 1.1. Технологии реализации, используемые при изучении дисциплины модуля

- Традиционная (репродуктивная) технология
- Разноуровневое (дифференцированное) обучение
  - Базовый уровень

*\*Базовый I уровень – сохраняет логику самой науки и позволяет получить упрощенное, но верное и полное представление о предмете дисциплины, требует знание системы понятий, умение решать проблемные ситуации. Освоение данного уровня результатов обучения должно обеспечить формирование запланированных компетенций и позволит обучающемуся на минимальном уровне самостоятельности и ответственности выполнять задания;*

*Продвинутый II уровень – углубляет и обогащает базовый уровень как по содержанию, так и по глубине проработки материала дисциплины. Это происходит за счет включения дополнительной информации. Данный уровень требует умения решать проблемы в рамках курса и смежных курсов посредством самостоятельной постановки цели и выбора программы действий. Освоение данного уровня результатов обучения позволит обучающемуся повысить уровень самостоятельности и ответственности до творческого применения знаний и умений.*

## 1.2. Содержание дисциплины

Таблица 1.1

Код раздела, темы	Раздел, тема дисциплины*	Содержание
P1	Брендинг	Понятие бренда. Философия бренда. Атрибут как носитель ключевых отличий и ключевых компетенций бренда. Коммуникационные технологии продвижения бренда. Архитектура бренда.  Бренд-бук как основной регламентный документ бренд-менеджмента. Аудит и оценка стоимости бренда. Юридические аспекты бренд-менеджмента. Организация бренд-менеджмента на предприятии. Бренд региона и его составляющие.
P2	Поведение потребителей	Социологические теории потребления. Использование концепции позиционирующего маркетинга Дж. Траута для изучения поведения потребителей. Маркетинговые исследования в брендинге. Идентификация с брендом, как вид коммуникации. Концепция социального поля. Потребительский «габитус» Пьера Бурдьё. Потребление как производство символов. Культура потребления.  Факторы влияния на поведение потребителей. Процесс принятия решения потребителями. Изучение поведения потребителей, их социально-психологических и демографических характеристик для выбора целевого сегмента и подготовки обещания бренда (предложения его преимуществ). Методы сегментационного анализа.

		Многомерная классификация потребителей. Интерпретация профилей полученных сегментов. Бренд-трекинг: разработка программы, периодичность, организация.
--	--	---

### 1.3. Направление, виды воспитательной деятельности и используемые технологии

Таблица 1.2

Направление воспитательной деятельности	Вид воспитательной деятельности	Технология воспитательной деятельности	Компетенция	Результаты обучения
Профессиональное воспитание	предпринимательская деятельность	Технология образования в сотрудничестве	ОПК-3 - Способен выявлять, концептуализировать и предлагать обоснованные решения проблем в профессиональной деятельности на основе знания научных теорий, концепций, подходов, в том числе обладающие инновационным потенциалом	<p>З-1 - Изложить возможные способы решения проблем в профессиональной области деятельности, используя знания научных теорий, концепций, подходов, в том числе обладающих инновационным потенциалом</p> <p>З-2 - Объяснить особенности и возможности применения основных научных теорий, концепций и подходов для обоснования решения проблем в профессиональной деятельности</p>

1.4. Программа дисциплины реализуется на государственном языке Российской Федерации .

## 2. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### Бренд-менеджмент

#### Электронные ресурсы (издания)

1. Мазилкина, , Е. И.; Маркетинговые коммуникации : учебное пособие.; Эксмо, Москва; 2010;

<http://www.iprbookshop.ru/907.html> (Электронное издание)

2. Ферафонтова, М. В.; Политика государственного брендинга. Проблемы, перспективы развития : монография.; ИД «Экономическая газета», ИТКОР, Москва; 2012; <http://www.iprbookshop.ru/8369.html> (Электронное издание)

#### **Печатные издания**

1. Темпорал, П., Божук, С. Г.; Эффективный бренд-менеджмент; Нева, Санкт-Петербург; 2003 (3 экз.)
2. Ванэкен, Б., Домнин, В., Малкова, И.; Бренд-помощь. Простое руководство, которое поможет решить проблемы брендинга; Питер, Санкт-Петербург [и др.]; 2005 (10 экз.)

#### **Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы**

1. зональная научная библиотека (УрФУ) - <http://lib2.urfu.ru/>
2. электронная библиотека MYBRARY - <http://mybrary.ru/>
3. справочно-библиографическая система - <http://search.ebscohost.com/>
4. научная электронная библиотека - <http://elibrary.ru/>
5. информационно-аналитический портал «Наука о рекламе» - <http://www.advertology.ru/>
6. информационно-справочный портал по брендингу - <http://www.branding.ru/>
7. материалы онлайн-курса по поведению потребителей В.Ильина - <http://consumers/narod.ru>
8. информационно-аналитический портал по маркетингу - <http://marketing.spb.ru>
9. центр исследований Российской Ассоциации Маркетологов - <http://researchcenter.ru/>

#### **Материалы для лиц с ОВЗ**

Весь контент ЭБС представлен в виде файлов специального формата для воспроизведения синтезатором речи, а также в тестовом виде, пригодном для прочтения с использованием экранной лупы и настройкой контрастности.

#### **Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы**

Не предусмотрены

### **3. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

#### **Бренд-менеджмент**

**Сведения об оснащённости дисциплины специализированным и лабораторным оборудованием и программным обеспечением**

Таблица 3.1

<b>№ п/п</b>	<b>Виды занятий</b>	<b>Оснащённость специальных помещений и помещений для самостоятельной работы</b>	<b>Перечень лицензионного программного обеспечения</b>
--------------	---------------------	--	--

1	Лекции	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя Доска аудиторная	Office Professional 2003 Win32 Russian CD-ROM
2	Практические занятия	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя Доска аудиторная	Office Professional 2003 Win32 Russian CD-ROM
3	Консультации	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя Доска аудиторная	Office Professional 2003 Win32 Russian CD-ROM
4	Текущий контроль и промежуточная аттестация	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя Доска аудиторная	Office Professional 2003 Win32 Russian CD-ROM
5	Самостоятельная работа студентов	Персональные компьютеры по количеству обучающихся Подключение к сети Интернет	Office Professional 2003 Win32 Russian CD-ROM

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**  
**Репутационный менеджмент**

Рабочая программа дисциплины составлена авторами:

<b>№ п/п</b>	<b>Фамилия Имя Отчество</b>	<b>Ученая степень, ученое звание</b>	<b>Должность</b>	<b>Подразделение</b>
1	Табашникова Ксения Сергеевна		преподавате ль	НОЦ цифровой гуманитаристики

**Рекомендовано учебно-методическим советом института Уральский гуманитарный институт**

Протокол № 33.11-08/45 от 30.06.2023 г.



# 1. СОДЕРЖАНИЕ И ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ

Авторы:

- **Табашникова Ксения Сергеевна, преподаватель, НОЦ цифровой гуманитаристики**

## 1.1. Технологии реализации, используемые при изучении дисциплины модуля

- Традиционная (репродуктивная) технология
- Разноуровневое (дифференцированное) обучение
  - Базовый уровень

*\*Базовый I уровень – сохраняет логику самой науки и позволяет получить упрощенное, но верное и полное представление о предмете дисциплины, требует знание системы понятий, умение решать проблемные ситуации. Освоение данного уровня результатов обучения должно обеспечить формирование запланированных компетенций и позволит обучающемуся на минимальном уровне самостоятельности и ответственности выполнять задания;*

*Продвинутый II уровень – углубляет и обогащает базовый уровень как по содержанию, так и по глубине проработки материала дисциплины. Это происходит за счет включения дополнительной информации. Данный уровень требует умения решать проблемы в рамках курса и смежных курсов посредством самостоятельной постановки цели и выбора программы действий. Освоение данного уровня результатов обучения позволит обучающемуся повысить уровень самостоятельности и ответственности до творческого применения знаний и умений.*

## 1.2. Содержание дисциплины

Таблица 1.1

Код раздела, темы	Раздел, тема дисциплины*	Содержание
P1	Теоретические основы репутационного менеджмента	<p>Определение понятий «репутация», «деловая репутация» (гудвилл). Содержание понятия «репутационный менеджмент». Объект и субъект репутационного менеджмента. Сравнительная характеристика понятий «репутация» и «имидж» компании. Сущность и содержание понятия «паблицитный капитал». Объект, предмет и субъект PR в системе репутационного менеджмента. Функции репутации. Принципы и функции репутационного менеджмента. Становление и развитие репутационного менеджмента в современных условиях. Преимущества репутации.</p> <p>Система стратегического управления современной компании. Взаимосвязь репутации и стратегии позиционирования компании. Репутационный менеджмент в системе бренд-менеджмента. Межфункциональный подход к управлению деловой репутацией. Репутационный менеджмент в системе стратегических возможностей брендов. Репутационный менеджмент и технологии бренд-коммуникаций.</p> <p>Критерии оценки деловой репутации Роль CEO в формировании бренда. Особенности репутационного менеджмента в малых, средних и крупных фирмах. Направления репутационного менеджмента. Содержание и направления деятельности специалистов по управлению репутацией. Технологии управления репутацией. Методы и</p>

		<p>инструменты работы с репутацией. Методики оценки эффективности управления репутацией фирмы.</p> <p>Понятие «репутационной аудиторией»: классификация, виды, принципы выделения и методы работы. «Формулировщики», трансляторы и ретрансляторы репутации. Факторы формирования репутации. Моделирование уровней, организационных форм и структуры управления репутацией. Управление корпоративной репутацией: коммуникационный аспект. Коммуникационные барьеры в управлении репутацией/ Критерии оценки эффективности управления репутацией. ИМК-технологии в формировании и управлении репутацией компании.</p>
<p><b>P2</b></p>	<p>Стратегии репутационного менеджмента</p>	<p>Взаимосвязь экономического и коммуникационного аспектов репутационного менеджмента. Управление репутацией как управление факторами стоимости. Репутационный менеджмент в капитализации бренда. Формирование гудвилла и определение его стоимости. Методы подсчета нематериальных активов компании.</p> <p>Репутационный менеджмент в контексте стратегий социально-ответственного бренда и бизнеса России. Сущность и содержание концепции социальной ответственности бизнеса. Приоритетные сферы социальной ответственности бизнеса в современной России. Направления и методы реализации социальных программ компании. Проблемы и перспективы развития корпоративной социальной ответственности в России. Современные тенденции репутационного менеджмента. Рейтинг «Эксперт-100. Репутация»: методика организации и проведения, критерии оценки. Опыт АЦ «Эксперт-Урал» «Деловая репутация уральских компаний» (2004, 2005 и 2006 гг.). Имидж и репутация России в координатах репутационного менеджмента. Репутация территории в контексте геобрендинга. Практика формирования и управления имиджем и репутацией территорий (case study). Коммуникационный аспект управления репутацией территорией. ИМК-технологии в создании репутации бренда.</p> <p>Понятие коммуникационных и коммуникативных рисков: теоретический аспект проблемы. Российская и зарубежная практика управления коммуникационными и коммуникативными рисками: case study. Технологии укрепления репутации в условиях кризиса: паблисити, спин-доктор, меседж-менеджмент и др.</p> <p>Государственная система охраны и защиты деловой репутации: органы и их функции. Российское законодательство в области охраны и защиты деловой репутации. Правоприменительная российская практика в области защиты деловой репутации. Правовые и этические коллизии в сфере защиты деловой репутации: коммуникационный аспект.</p> <p>Методология и проблематика репутационных исследований. Инструментарий, методики организации и проведения исследований. Ведущие мировые репутационные</p>

		исследования: направления, проблематика, ключевые методики. Методика маркетингового анализа репутационных составляющих бизнес-структуры.
--	--	--

### 1.3. Направление, виды воспитательной деятельности и используемые технологии

Таблица 1.2

Направление воспитательной деятельности	Вид воспитательной деятельности	Технология воспитательной деятельности	Компетенция	Результаты обучения
Профессиональное воспитание	целенаправленная работа с информацией для использования в практических целях	Технология дебатов, дискуссий	ОПК-5 - Способен к осуществлению внутриорганизационного, межведомственного и межсекторного взаимодействия с органами власти, коммерческими организациями и институтами гражданского общества, образовательными организациями, СМИ с учетом запросов клиентов, партнеров, других субъектов для эффективного решения профессиональных задач	З-1 - Изложить основные принципы и формы внутриорганизационного, межведомственного и межсекторного взаимодействия с учетом запросов клиентов, партнеров, других субъектов для эффективного решения профессиональных задач

1.4. Программа дисциплины реализуется на государственном языке Российской Федерации .

## 2. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### Репутационный менеджмент

#### Электронные ресурсы (издания)

1. Файншмидт, Е. А.; Антикризисный PR: учебно-практическое пособие : учебное пособие.; Евразийский открытый институт, Москва; 2010; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=90674> (Электронное издание)

#### Печатные издания

1. Сальникова, Л. С.; Репутация в российском бизнесе: технологии создания и укрепления; Вершина,

Москва; 2008 (17 экз.)

## **Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы**

### **Материалы для лиц с ОВЗ**

Весь контент ЭБС представлен в виде файлов специального формата для воспроизведения синтезатором речи, а также в тестовом виде, пригодном для прочтения с использованием экранной лупы и настройкой контрастности.

### **Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы**

1. электронная библиотека MYBRARY - <http://mybrary.ru/>
2. справочно-библиографическая система - <http://search.ebscohost.com/>
3. научная электронная библиотека - <http://elibrary.ru/>

## **3. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **Репутационный менеджмент**

#### **Сведения об оснащённости дисциплины специализированным и лабораторным оборудованием и программным обеспечением**

Таблица 3.1

<b>№ п/п</b>	<b>Виды занятий</b>	<b>Оснащённость специальных помещений и помещений для самостоятельной работы</b>	<b>Перечень лицензионного программного обеспечения</b>
1	Лекции	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов  Рабочее место преподавателя  Доска аудиторная	Office Professional 2003 Win32 Russian CD-ROM
2	Практические занятия	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов  Рабочее место преподавателя  Доска аудиторная	Office Professional 2003 Win32 Russian CD-ROM
3	Консультации	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов	Office Professional 2003 Win32 Russian CD-ROM

		Рабочее место преподавателя Доска аудиторная	
4	Текущий контроль и промежуточная аттестация	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя Доска аудиторная	Office Professional 2003 Win32 Russian CD-ROM
5	Самостоятельная работа студентов	Персональные компьютеры по количеству обучающихся Подключение к сети Интернет	Office Professional 2003 Win32 Russian CD-ROM