

Документ подписан простой электронной подписью
 Информация о владельце:
 ФИО: Гайдамашко Игорь Вячеславович
 Должность: И.о. ректора
 Дата подписания: 28.09.2022 17:37:30
 Уникальный программный ключ:
 c7b77973654876a9af4d3b280790bfd371557fdb

42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Бакалавриат

Профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой и некоммерческой сферах»

АННОТАЦИЯ

рабочей программы дисциплины

Управление репутацией

Дисциплина части, формируемая участниками образовательных отношений

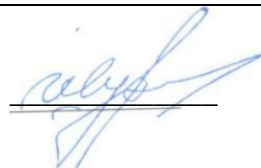
Заочная форма обучения

Составитель аннотации – Круглова М.С., к.э.н., ст.преп. каф. ОПиСК



Общая трудоемкость дисциплины (ЗЕТ/ час.)	4/144
Цель изучения дисциплины	формирование целостной системы знаний об общих закономерностях и технологиях управления репутацией.
Содержание дисциплины	Репутационный менеджмент как особая разновидность ПР-деятельности Корпоративная культура как основа для построения репутации Методы формирования репутации Методы управления репутацией и ее изменения Корпоративная социальная ответственность в программах управления репутацией Методы исследования репутации (репутационный аудит) Методы оценки корпоративного имиджа и репутации. Особенности управления репутацией территории Репутация в информационном пространстве
Формируемые компетенции	ПКУВ-2 Способен принимать участие в управлении и организации работы отделов рекламы и связей с общественностью / агентств рекламы и СО, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность коммуникационной деятельности ПКУВ-4 Способен разрабатывать концепции продвижения товаров и услуг, формировать коммуникационные цели и маркетинговые стратегии, принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий, вести деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами)
Коды и наименование индикатора достижения компетенции	ПКУВ-2.1 Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела рекламы и связей с общественностью / агентства рекламы и СО ПКУВ-2.2 Демонстрирует навыки оценки эффективности коммуникационной деятельности ПКУВ-2.3 Использует технологии формирования внутреннего и внешнего корпоративного имиджа организации в коммерческой и некоммерческой сферах ПКУВ 4.1 Участвует в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий ПКУВ-4.2 Разрабатывает концепции продвижения товаров и услуг, формирует маркетинговые стратегии ПКУВ-4.3 Осуществляет ведение деловых переговоров, устанавливает деловые отношения с партнерами (клиентами)
Наименование дисциплин, необходимых для освоения данной дисциплины	Психология делового общения и переговорного процесса Введение в специальность рекламы и связи с общественностью Мастер-класс "Тренинг публичного выступления"
Образовательные технологии	Преподавание дисциплины ведется с применением следующих видов образовательных технологий: 1) чтение лекций; 2) проведение практических занятий; 3) выполнение контрольной работы
Формы текущего контроля успеваемости	Устный опрос, обсуждение, контрольная работа
Форма промежуточной аттестации	Экзамен

Зав. кафедрой ОПиСК



И.Б. Шуванов