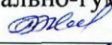


Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Комсомольский-на-Амуре государственный университет»

УТВЕРЖДАЮ
Декан факультета
Социально-гуманитарный факультет
 Цвелева И.В.
«28» июня 2020 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«Репутационный менеджмент»

Направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность (профиль) образовательной программы	Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии
Квалификация выпускника	Бакалавр
Год начала подготовки (по учебному плану)	2020
Форма обучения	Очная форма
Технология обучения	Традиционная


Курс	Семестр	Трудоемкость, з.е.
4	7	5

Вид промежуточной аттестации	Обеспечивающее подразделение
Зачет с оценкой	Кафедра «История и культурология»

Комсомольск-на-Амуре

Разработчик рабочей программы:

Доцент, Кандидат исторических наук


_____ Аксенов А.А

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий кафедрой

Кафедра «История и культурология»


_____ Петрунина Ж.В.

1 Введение

Рабочая программа и фонд оценочных средств дисциплины «Репутационный менеджмент» составлены в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта, утвержденного приказом Минобрнауки Российской Федерации от 08.06.2017 г. № 512, и основной профессиональной образовательной программы подготовки «Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии» по направлению подготовки «42.03.01 Реклама и связи с общественностью».

Практическая подготовка реализуется на основе:

Профессиональный стандарт 06.009 «СПЕЦИАЛИСТ ПО ПРОДВИЖЕНИЮ И РАСПРОСТРАНЕНИЮ ПРОДУКЦИИ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ».

Обобщенная трудовая функция: В. Организация продвижения продукции СМИ.

- ПС 06.009 ТФ 3.2.2 НУ-3 Интегрировать различные средства продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций.

Задачи дисциплины	- рассмотреть основы понятия деловая репутация, параметры деловой репутации; - дать представления об основных направлениях создания деловой репутации и технологиях управления деловой репутацией - изучить подходы к защите деловой репутации.
Основные разделы / темы дисциплины	1 Особенности деловой репутации 2 Технологии управления деловой репутацией 3 Антикризисные коммуникации как инструмент защиты деловой репутации

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

Процесс изучения дисциплины «Репутационный менеджмент» направлен на формирование следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО и основной образовательной программой (таблица 1):

Таблица 1 – Компетенции и индикаторы их достижения

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения	Планируемые результаты обучения по дисциплине
Профессиональные		
ПК-1 Способен планировать, разрабатывать и осуществлять коммуникационные проекты, владеть отдельными методами их реализации	ПК-1.1 Знает особенности, технологии и методы планирования, разработки и осуществления проектов в области рекламы и связей с общественностью ПК-1.2 Умеет самостоятельно использовать традиционные и новейшие методы и технологии разработки и осуществления проектов в области рекламы и связей с обществен-	Знать особенности, технологии и методы планирования, разработки и осуществления проектов в области рекламы Уметь самостоятельно использовать традиционные и новейшие методы и технологии разработки и осуществления проектов в области рекламы Интегрировать различные

	ностью ПК-1.3 Владеет навыками разработки и осуществления коммуникационных проектов и мероприятий	средства продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций. Владеть навыками разработки и осуществления коммуникационных проектов и мероприятий в сфере рекламы
--	--	--

3 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина «Репутационный менеджмент» изучается на 4 курсе, 7 семестре.

Дисциплина входит в состав блока 1 «Дисциплины (модули)» и относится к части, формируемой участниками образовательных отношений.

Для освоения дисциплины необходимы знания, умения, навыки, сформированные в процессе изучения дисциплин: «Теория связей с общественностью», «Теория рекламы», «Имиджелогия», «Брендинг», «Связи с общественностью в кризисных ситуациях», «Мастер-класс «Проектирование в рекламе», «Презентация проектов в рекламе и связях с общественностью», «Организация работы отдела рекламы», «Организация работы отдела связей с общественностью», «Мастер-класс «Проектирование в связях с общественностью», «Пресс-служба»,

Знания, умения и навыки, сформированные при изучении дисциплины «Репутационный менеджмент», будут востребованы при изучении последующих дисциплин «Управление инновационными процессами», «Производственная практика (профессионально-творческая)» (6 семестр), «Производственная практика (профессионально-творческая)» (8 семестр), «Преддипломная практика».

Дисциплина «Репутационный менеджмент» частично реализуется в форме практической подготовки. Практическая подготовка организуется путем проведения - выполнения практических занятий, контрольных работ, иных видов учебной деятельности.

Входной контроль не проводится.

4 Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Общая трудоемкость (объем) дисциплины составляет 5 з.е., 180 акад. час.

Распределение объема дисциплины (модуля) по видам учебных занятий представлено в таблице 2.

Таблица 2 – Объем дисциплины (модуля) по видам учебных занятий

Объем дисциплины	Всего академических часов
Общая трудоемкость дисциплины	108
Контактная аудиторная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий), всего	36
В том числе:	
занятия лекционного типа (лекции и иные учебные занятия, преду-	12

смаатривающие преимущественную передачу учебной информации педагогическими работниками), в том числе в форме практической подготовки:	0
занятия семинарского типа (семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия), в том числе в форме практической подготовки:	24 16
Самостоятельная работа обучающихся и контактная работа , включающая групповые консультации, индивидуальную работу обучающихся с преподавателями (в том числе индивидуальные консультации); взаимодействие в электронной информационно-образовательной среде вуза	72
Промежуточная аттестация обучающихся – Зачет с оценкой	0

5 Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебной работы

Таблица 3 – Структура и содержание дисциплины (модуля)

Наименование разделов, тем и содержание материала	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся и трудоемкость (в часах)			
	Контактная работа преподавателя с обучающимися			СРС
	Лекции	Семинарские (практические занятия)	Лабораторные занятия	
Раздел 1 Особенности деловой репутации				
Понятие деловой репутации.	3	6	-	20
Параметры деловой репутации.	3	6	-	20
Раздел 2 Технологии управления деловой репутацией				
Создание информационной основы репутации.	3	6*	-	20
Технологии управления деловой репутацией.				
3 Антикризисные коммуникации как инструмент защиты деловой репутации				
Антикризисные коммуникации как инструмент защиты репутации.	3	6*	-	12
ИТОГО по дисциплине	12	24	-	72

* реализуется в форме практической подготовки

6 Внеаудиторная самостоятельная работа обучающихся по дисциплине (модулю)

При планировании самостоятельной работы студенту рекомендуется руководствоваться следующим распределением часов на самостоятельную работу (таблица 4):

Таблица 4 – Рекомендуемое распределение часов на самостоятельную работу

Компоненты самостоятельной работы	Количество часов
Изучение теоретических разделов дисциплины	30
Подготовка к занятиям семинарского типа	20
Подготовка и оформление Контрольная работа	22
	72

7 Оценочные средства для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации представлен в Приложении 1.

Полный комплект контрольных заданий или иных материалов, необходимых для оценивания результатов обучения по дисциплине (модулю), практике хранится на кафедре-разработчике в бумажном и электронном виде.

8 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

8.1 Основная литература

1 PR в сфере коммерции : учебник / под ред. д-ра экон. наук, проф. И. М. Синяевой. – Москва : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2019. – 298 с // Znanium.com : электронно-библиотечная система. – URL: <https://znanium.com/catalog/product/1018359> (дата обращения: 23.04.2021). – Режим доступа: по подписке.

2 Рева, В. Е. Управление репутацией : учебное пособие / В. Е. Рева. – 2-е изд., стер. – Москва : Дашков и К, 2020. – 136 с. // Znanium.com : электронно-библиотечная система. – URL: <https://znanium.com/catalog/product/1232771> (дата обращения: 23.04.2021). – Режим доступа: по подписке.

3 Сальникова, Л. С. Репутационный менеджмент. Современные подходы и технологии : учебник для вузов / Л. С. Сальникова. – 3-е изд., перераб. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 305 с. // Юрайт : электронно-библиотечная система. – URL: <https://urait.ru/bcode/468708> (дата обращения: 23.04.2021). – Режим доступа: по подписке.

4 Семенова, Л. М. Имиджмейкинг : учебник и практикум для вузов / Л. М. Семенова. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 141 с. // Юрайт : электронно-библиотечная система. – URL: <https://urait.ru/bcode/475643> (дата обращения: 23.04.2021). – Режим доступа: по подписке.

8.2 Дополнительная литература

1 Семенова, Л. М. Профессиональный имиджбилдинг на рынке труда : учебник и практикум для вузов / Л. М. Семенова. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 243 с. // Юрайт : электронно-библиотечная система. – URL: <https://urait.ru/bcode/475396> (дата обращения: 23.04.2021). – Режим доступа: по подписке.

2 Ушакова, Н. В. Имиджелогия : учебное пособие для бакалавров / Н. В. Ушакова, А. Ф. Стрижова. – Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2017. – 264 с. // IPRbooks : электронно-библиотечная система. – URL: <http://www.iprbookshop.ru/57073.html> (дата обращения: 23.04.2021). – Режим доступа: по подписке.

3 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. // Znanium.com : электронно-библиотечная система. – URL: <https://znanium.com/catalog/product/1093679> (дата обращения: 23.04.2021). – Режим доступа: по подписке.

8.3 Методические указания для студентов по освоению дисциплины

1 Сальникова, Л. С. Репутационный менеджмент. Современные подходы и технологии : учебник для вузов / Л. С. Сальникова. – 3-е изд., перераб. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 305 с. // Юрайт : электронно-библиотечная система. – URL: <https://urait.ru/bcode/468708> (дата обращения: 23.04.2021). – Режим доступа: по подписке.

8.4 Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

1 Электронно-библиотечная система ZNANIUM.COM. Договор № 4997 эбс ИКЗ 21 1 2727000769 270301001 0010 004 6311 244 от 13 апреля 2021 г.

2 Электронно-библиотечная система IPRbooks. Лицензионный договор № ЕП 44/4 на предоставление доступа к электронно-библиотечной системе IPRbooks ИКЗ 21 1 2727000769 270301001 0010 003 6311 244 от 05 февраля 2021 г.

3 Образовательная платформа Юрайт. Договор № ЕП44/2 на оказание услуг по предоставлению доступа к образовательной платформе ИКЗ 21 1 2727000769 270301001 0010001 6311 244 от 02 февраля 2021 г.

4 Электронно-библиотечная система eLIBRARY.RU (периодические издания) Договор № ЕП 44/3 на оказание услуг доступа к электронным изданиям ИКЗ 211 272 7000769 270 301 001 0010 002 6311 244 от 04 февраля 2021 г.

8.5 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)

1 Репутационный менеджмент: Понятия и цели. Режим доступа: <https://orm.artox-media.ru/wiki/reputatsionnyi-menedzhment.html>

2 Концепт. Научно-методический информационный журнал. Репутационный менеджмент. Режим доступа: <https://e-koncept.ru/2016/76365.htm>

3 ADVES. Комплексный подход к управлению репутацией. Репутационный менеджмент в России и за рубежом. Режим доступа: <https://adves.com>

4 Фундаментальные исследования. Репутационный менеджмент: социально-экономический аспект. Режим доступа: <https://http://www.advesti.ru/ref.php?http://www.artlebedev.ru/treelectures-advert.narod.ru>

8.6 Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, используемое при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

Таблица 5 – Перечень используемого программного обеспечения

Наименование ПО	Реквизиты
OpenOffice	Свободная лицензия, условия использования по ссылке: https://www.openoffice.org/license.html

9 Организационно-педагогические условия

Организация образовательного процесса регламентируется учебным планом и расписанием учебных занятий. Язык обучения (преподавания) - русский. Для всех видов аудиторных занятий академический час устанавливается продолжительностью 45 минут.

При формировании своей индивидуальной образовательной траектории обучающийся имеет право на перезачет соответствующих дисциплин и профессиональных модулей, освоенных в процессе предшествующего обучения, который освобождает обучающегося от необходимости их повторного освоения.

9.1 Образовательные технологии

Учебный процесс при преподавании курса основывается на использовании традиционных, инновационных и информационных образовательных технологий. Традиционные образовательные технологии представлены лекциями и семинарскими (практическими) занятиями. Инновационные образовательные технологии используются в виде широкого применения активных и интерактивных форм проведения занятий. Информационные образовательные технологии реализуются путем активизации самостоятельной работы студентов в информационной образовательной среде.

9.2 Занятия лекционного типа

Лекционный курс предполагает систематизированное изложение основных вопросов учебного плана.

На первой лекции лектор обязан предупредить студентов, применительно к какому базовому учебнику (учебникам, учебным пособиям) будет прочитан курс.

Лекционный курс должен давать наибольший объем информации и обеспечивать более глубокое понимание учебных вопросов при значительно меньшей затрате времени, чем это требуется большинству студентов на самостоятельное изучение материала.

9.3 Занятия семинарского типа

Семинарские занятия представляют собой детализацию лекционного теоретического материала, проводятся в целях закрепления курса и охватывают все основные разделы.

Основной формой проведения семинаров является обсуждение наиболее проблемных и сложных вопросов по отдельным темам, а также разбор примеров и ситуаций в аудиторных условиях. В обязанности преподавателя входят: оказание методической помощи и консультирование студентов по соответствующим темам курса.

Активность на семинарских занятиях оценивается по следующим критериям:

- ответы на вопросы, предлагаемые преподавателем;
- участие в дискуссиях;
- выполнение проектных и иных заданий;
- ассистирование преподавателю в проведении занятий.

Ответ должен быть аргументированным, развернутым, не односложным, содержать ссылки на источники.

Доклады и оппонирование докладов проверяют степень владения теоретическим материалом, а также корректность и строгость рассуждений.

Оценивание заданий, выполненных на семинарском занятии, входит в накопленную оценку.

9.4 Самостоятельная работа обучающихся по дисциплине (модулю)

Самостоятельная работа студентов – это процесс активного, целенаправленного приобретения студентом новых знаний, умений без непосредственного участия преподавателя, характеризующийся предметной направленностью, эффективным контролем и оценкой результатов деятельности обучающегося.

Цели самостоятельной работы:

- систематизация и закрепление полученных теоретических знаний и практических умений студентов;
- углубление и расширение теоретических знаний;
- формирование умений использовать нормативную и справочную документацию, специальную литературу;
- развитие познавательных способностей, активности студентов, ответственности и организованности;
- формирование самостоятельности мышления, творческой инициативы, способностей к саморазвитию, самосовершенствованию и самореализации;
- развитие исследовательских умений и академических навыков.

Самостоятельная работа может осуществляться индивидуально или группами студентов в зависимости от цели, объема, уровня сложности, конкретной тематики.

Технология организации самостоятельной работы студентов включает использование информационных и материально-технических ресурсов университета.

Контроль результатов внеаудиторной самостоятельной работы студентов может проходить в письменной, устной или смешанной форме.

Студенты должны подходить к самостоятельной работе как к наиважнейшему средству закрепления и развития теоретических знаний, выработке единства взглядов на отдельные вопросы курса, приобретения определенных навыков и использования профессиональной литературы.

9.5 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

При изучении дисциплины обучающимся целесообразно выполнять следующие рекомендации:

1. Изучение учебной дисциплины должно вестись систематически.
2. После изучения какого-либо раздела по учебнику или конспектным материалам рекомендуется по памяти воспроизвести основные термины, определения, понятия раздела.
3. Особое внимание следует уделить выполнению отчетов по практическим занятиям и индивидуальным комплексным заданиям на самостоятельную работу.
4. Вся тематика вопросов, изучаемых самостоятельно, задается на лекциях преподавателем. Им же даются источники (в первую очередь вновь изданные в периодической научной литературе) для более детального понимания вопросов, озвученных на лекции.

При самостоятельной проработке курса обучающиеся должны:

- просматривать основные определения и факты;
- повторить законспектированный на лекционном занятии материал и дополнить его с учетом рекомендованной по данной теме литературы;
- изучить рекомендованную литературу, составлять тезисы, аннотации и конспекты наиболее важных моментов;
- самостоятельно выполнять задания, аналогичные предлагаемым на занятиях;
- использовать для самопроверки материалы фонда оценочных средств.

10 Описание материально-технического обеспечения, необходимого для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

10.1 Учебно-лабораторное оборудование

Аудитория	Наименование аудитории (лаборатории)	Используемое оборудование
Аудитория с выходом в Internet + локальное соединение	Учебная аудитория для занятий лекционного и семинарского типа (медиа)	компьютер; экран с проектором

10.2 Технические и электронные средства обучения

Лекционные занятия.

Аудитории для лекционных занятий укомплектованы мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории (наборы демонстрационного оборудования (проектор, экран, компьютер/ноутбук), учебно-наглядные пособия, тематические иллюстрации).

Практические занятия.

Аудитории для практических занятий укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения (проектор, экран, компьютер/ноутбук).

Самостоятельная работа. Помещение для самостоятельной работы оснащено компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступом к электронной информационно-образовательной среде КнАГУ:

- компьютерный класс 401-1, 331-1

11 Иные сведения

Методические рекомендации по обучению лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

Освоение дисциплины обучающимися с ограниченными возможностями здоровья может быть организовано как совместно с другими обучающимися, так и в отдельных группах. Предполагаются специальные условия для получения образования обучающимися с ограниченными возможностями здоровья.

Профессорско-педагогический состав знакомится с психолого-физиологическими особенностями обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, индивидуальными программами реабилитации инвалидов (при наличии). При необходимости осуществляется дополнительная поддержка преподавания тьюторами, психологами, социальными работниками, прошедшими подготовку ассистентами.

В соответствии с методическими рекомендациями Минобрнауки РФ (утв. 8 апреля 2014 г. N АК-44/05вн) в курсе предполагается использовать социально-активные и рефлексивные методы обучения, технологии социокультурной реабилитации с целью оказания помощи в установлении полноценных межличностных отношений с другими студентами, создании комфортного психологического климата в студенческой группе. Подбор и разработка учебных материалов производятся с учетом предоставления материала в различных формах: аудиальной, визуальной, с использованием специальных технических средств и информационных систем.

Освоение дисциплины лицами с ОВЗ осуществляется с использованием средств обучения общего и специального назначения (персонального и коллективного использования). Материально-техническое обеспечение предусматривает приспособление аудиторий к нуждам лиц с ОВЗ.

Форма проведения аттестации для студентов-инвалидов устанавливается с учетом индивидуальных психофизических особенностей. Для студентов с ОВЗ предусматривается доступная форма предоставления заданий оценочных средств, а именно:

- в печатной или электронной форме (для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата);
- в печатной форме или электронной форме с увеличенным шрифтом и контрастностью (для лиц с нарушениями слуха, речи, зрения);
- методом чтения ассистентом задания вслух (для лиц с нарушениями зрения).

Студентам с инвалидностью увеличивается время на подготовку ответов на контрольные вопросы. Для таких студентов предусматривается доступная форма предоставления ответов на задания, а именно:

- письменно на бумаге или набором ответов на компьютере (для лиц с нарушениями слуха, речи);
- выбором ответа из возможных вариантов с использованием услуг ассистента (для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата);
- устно (для лиц с нарушениями зрения, опорно-двигательного аппарата).

При необходимости для обучающихся с инвалидностью процедура оценивания результатов обучения может проводиться в несколько этапов.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ**по дисциплине****«Репутационный менеджмент»**

Направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность (профиль) образовательной программы	Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии
Квалификация выпускника	Бакалавр
Год начала подготовки (по учебному плану)	2020
Форма обучения	Очная форма
Технология обучения	Традиционная

Курс	Семестр	Трудоемкость, з.е.
4	7	5

Вид промежуточной аттестации	Обеспечивающее подразделение
Зачет с оценкой	Кафедра «История и культурология»

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

Таблица 1 – Компетенции и индикаторы их достижения

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения	Планируемые результаты обучения по дисциплине
Профессиональные		
ПК-1 Способен планировать, разрабатывать и осуществлять коммуникационные проекты, владеть отдельными методами их реализации	<p>ПК-1.1 Знает особенности, технологии и методы планирования, разработки и осуществления проектов в области рекламы и связей с общественностью</p> <p>ПК-1.2 Умеет самостоятельно использовать традиционные и новейшие методы и технологии разработки и осуществления проектов в области рекламы и связей с общественностью</p> <p>ПК-1.3 Владеет навыками разработки и осуществления коммуникационных проектов и мероприятий</p>	<p>Знать особенности, технологии и методы планирования, разработки и осуществления проектов в области рекламы</p> <p>Уметь самостоятельно использовать традиционные и новейшие методы и технологии разработки и осуществления проектов в области рекламы</p> <p>Интегрировать различные средства продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций.</p> <p>Владеть навыками разработки и осуществления коммуникационных проектов и мероприятий в сфере рекламы</p>

Таблица 2 – Паспорт фонда оценочных средств

Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Формируемая компетенция	Наименование оценочного средства	Показатели оценки
<p>1 Особенности деловой репутации</p> <p>2 Технологии управления деловой репутацией</p> <p>3 Антикризисные коммуникации как инструмент защиты деловой репутации</p>	ПК-1	<p>Собеседование (опрос)</p> <p>Практическое задание</p>	<p>- глубина, прочность, систематичность знаний;</p> <p>- адекватность применяемых знаний ситуации;</p> <p>- рациональность используемых подходов;</p> <p>- степень проявления необходимых профессионально значимых личностных качеств;</p> <p>- степень значимости определенных ценностей;</p> <p>- проявленное отношение к определенным объектам, ситуациям;</p> <p>- умение поддерживать и</p>

			активизировать беседу, корректное поведение.
1 Особенности деловой репутации 2 Технологии управления деловой репутацией 3 Антикризисные коммуникации как инструмент защиты деловой репутации	ПК-1	Контрольная работа	<ul style="list-style-type: none"> - способность анализировать и обобщать информацию; - способность синтезировать новую информацию; - способность делать обоснованные выводы на основе интерпретации информации, разъяснения; - установление причинно-следственных связей, выявление закономерности; - наличие логической структуры построения текста (вступление с постановкой проблемы; - основная часть, разделенная по основным идеям; заключение с выводами, полученными в результате рассуждения); адекватность аргументов при обосновании личной позиции стиль изложения (использование профессиональных терминов, цитат, стилистическое построение фраз, и т.д.).

2 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие процесс формирования компетенций

Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, представлены в виде технологической карты дисциплины (таблица 3).

Таблица 3 – Технологическая карта

	Наименование оценочного средства	Сроки выполнения	Шкала оценивания	Критерии оценивания
7 семестр <i>Промежуточная аттестация в форме Зачет с оценкой</i>				
1	Собеседование (опрос)	В течение семестра	3-5 баллов за каждую тему, максимально возможная	5 баллов студент обстоятельно с достаточной полнотой излагает содержание соответствующего вопроса, речь правильна, понятна, может обосновать свой ответ, привести примеры, правильно от-

	Наименование оценочного средства	Сроки выполнения	Шкала оценивания	Критерии оценивания
			сумма 80 баллов	вечает на дополнительные вопросы 4 балла дает ответ, удовлетворяющий тем же требованиям, что и оценке «5», но допускаются единичные недочеты, которые он исправляет после замечания преподавателя 3 балла ответы обрывистые, нечёткие, речь сумбурна, отсутствуют аргументы, обоснования, не верно отвечает на дополнительные вопросы
2	Практическое задание	4, 6 неделя	2-5 баллов за каждое задание, максимально возможная сумма 10 баллов	5 баллов - 91-100 % правильных ответов – высокий уровень знаний и умений; 4 балла - 71-90 % правильных ответов – достаточно высокий уровень знаний и умений; 3 балла - 61-70 % правильных ответов – средний уровень знаний и умений; 2 балла - 51-60 % правильных ответов – низкий уровень знаний и умений; 0 баллов - 0-50 % правильных ответов – очень низкий уровень знаний и умений
3	Контрольная работа	14-16 неделя семестра	максимально возможная сумма 15 баллов	15 баллов выставляется студенту, если демонстрируются: глубокое и прочное усвоение программного материала, полные, последовательные, грамотные и логически излагаемые ответы при видеоизменении задания, свободное владение материалом. 12 баллов выставляется студенту, если демонстрируются: знание программного материала, грамотное изложение, без существенных неточностей в ответе на вопрос, правильное применение теоретических знаний; владение необходимыми навыками при выполнении практических задач. 8 баллов выставляется студенту, если демонстрируются: усвоение основного материала, при ответе

	Наименование оценочного средства	Сроки выполнения	Шкала оценивания	Критерии оценивания
				допускаются неточности, при ответе даются недостаточно правильные формулировки, нарушается последовательность в изложении программного материала, имеются затруднения в выполнении практических заданий. 2 балла выставляется студенту, если демонстрируются: незнание программного материала, при ответе возникают ошибки, затруднения при выполнении практического задания.
ИТОГО:		-	105 баллов	-
Критерии оценки результатов обучения по дисциплине: 0 – 64 % от максимально возможной суммы баллов – «неудовлетворительно» (недостаточный уровень для промежуточной аттестации по дисциплине); 65 – 74 % от максимально возможной суммы баллов – «удовлетворительно» (пороговый (минимальный) уровень); 75 – 84 % от максимально возможной суммы баллов – «хорошо» (средний уровень); 85 – 100 % от максимально возможной суммы баллов – «отлично» (высокий (максимальный) уровень)				

3 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие процесс формирования компетенций в ходе освоения образовательной программы

3.1 Задания для текущего контроля успеваемости

Контрольная работа

Контрольная работа предполагает детальное рассмотрение одной темы из нижеперечисленных. Работа должна иметь следующую структуру: введение, основная часть, заключение.

Примерная тематика контрольных работ

1. Новые репутационные риски в глобализированном мире.
2. Свобода доступа к информации как проблема репутационного менеджмента.
3. Стандартные репутационные риски авиакомпаний в доглобализационную эпоху.
4. Рост репутационных рисков в сфере авиаперевозок в начале XXI в.
5. Возможные пути снижения современных репутационных рисков.
6. Типовые планы антикризисных мероприятий.
7. Принципы коммуникационной политики при антикризисных мероприятиях.
8. Уровни управления репутационными рисками.
9. Разделы антикризисного плана.
10. Страновые риски.

11. Форс-мажорные обстоятельства и способы минимизации ущерба с помощью антикризисных коммуникаций.
12. Конкурентные войны и провокации.
13. Рекомендации Э. Гриффина по выходу из кризиса и защите репутации.
14. Особенности распространения информации в чрезвычайных обстоятельствах.
15. Этапы построения эффективных каналов коммуникации.
16. Смысл технологии матрица «вопрос-ответ».
17. Типичные ошибки в коммуникациях между журналистами и представителями компании.
18. Сценарная подготовка к пресс-мероприятиям.
19. Нематериальные ценности, которые можно отстаивать через суд.
20. Какие механизмы защиты деловой репутации существуют в Российском законодательстве?
21. Алгоритм взаимодействия юридической службы и PR-службы.
22. Менеджмент новостей как инструмент управления информацией и событиями.
23. Принципы антикризисной коммуникационной стратегии.
24. Арсенал техник спиндоктора.

(Реализуется в форме практической подготовки)

Вопросы для собеседования (опроса)

Практическое занятие 1. Понятие деловой репутации.

1. Что означает слово «репутация» в своем первоначальном смысле?
2. Как связаны понятия «репутация» и «авторитет»?
3. М. Вебер о типах общества и связанных с ним типах авторитета.
4. Репутация как средство коммуникации.
5. Оформление понятия «деловая репутация».
6. Принципы управления репутацией.

Практическое занятие 2. Параметры деловой репутации.

1. Психологические преимущества хорошей деловой репутации.
2. Маркетинговые преимущества хорошей деловой репутации.
3. Рыночные преимущества хорошей деловой репутации.
4. Социальные преимущества хорошей деловой репутации.
5. Корпоративные преимущества деловой репутации.
6. Закон Парето или принцип 20/80.
7. Деловая репутация и лояльность сотрудников.
8. Слагаемые понятия «гудвилл».
9. Плюсы и недостатки разных методов расчета величины «гудвилл».
10. Целевые аудитории репутации.
11. Компоненты репутации.

Практическое занятие 3. Создание информационной основы репутации.

(Реализуется в форме практической подготовки)

1. Цель аудита внешних коммуникаций.
2. Методы сбора информации для репутационного аудита.
3. Участники экспертных опросов.
4. Что такое и как рассчитывается коэффициент репутации.

5. Методика Global Reputation Index.
6. Пресс-клиппинг как результат мониторинга СМИ.
7. Разработка «легенды» как основа формирования репутации организации.

Практические задания:

1 Используя теоретические материалы, разработайте «легенду», как основу репутации организации.

2. Используя коэффициент репутации, рассчитайте коэффициент репутации конкретной компании.

3. Используя метод пресс-клиппинга, подготовьте материал по заданной теме (например освещение в интернет изданиях хода и результатов конкурса по разработке логотипа к 90-летию города Комсомольска-на-Амуре)

Практическое занятие 4. Технологии управления деловой репутацией.

1. СМИ как ключевая целевая аудитория репутационного менеджмента.
2. Зачем нужен Media Relations?
3. Этапы выстраивания долгосрочных отношений с журналистами.
4. Виды пресс-мероприятий.
5. Методы воздействия средствами Gouvernement-relations.
6. Этапы построения внутренних коммуникаций.
7. Этапы формирования корпоративной культуры.

Практическое занятие 5. Антикризисные коммуникации как инструмент защиты репутации

(Реализуется в форме практической подготовки)

1. Репутационные риски в современном мире
2. Методы снижения репутационных рисков в разных сферах деятельности.
3. Антикризисный план и его разделы.
4. Этапы построения эффективных каналов коммуникации в условиях репутационного кризиса.
5. Механизмы правовой защиты репутации.

Практические задания:

1. Подготовьте превентивный антикризисный план защиты репутации.
2. На основании конкретного примера реальной кампании находящейся в кризисной ситуации, постройте поэтапное развитие эффективных каналов коммуникации в условиях репутационного кризиса.

