

**Министерство науки и высшего образования РФ**  
**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение**  
**высшего образования**  
**«Национальный исследовательский университет «МЭИ»**

---

Направление подготовки/специальность: 38.04.02 Менеджмент

Наименование образовательной программы: Управление деятельностью PR организаций и структур

Уровень образования: высшее образование - магистратура

Форма обучения: Очно-заочная

**Рабочая программа дисциплины**  
**РЕПУТАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ**

|   |   |
|---|---|
| <b>Блок:</b>  | <b>Блок 1 «Дисциплины (модули)»</b>                             |
| <b>Часть образовательной программы:</b>   | <b>Часть, формируемая участниками образовательных отношений</b> |
| <b>№ дисциплины по учебному плану:</b>  | <b>Б1.Ч.03</b>  |
| <b>Трудоемкость в зачетных единицах:</b>  | <b>3 семестр - 4;</b>   |
| <b>Часов (всего) по учебному плану:</b>   | <b>144 часа</b>   |
| <b>Лекции</b>   | <b>3 семестр - 12 часов;</b>                                    |
| <b>Практические занятия</b>   | <b>3 семестр - 12 часов;</b>                                    |
| <b>Лабораторные работы</b>  | <b>не предусмотрено учебным планом</b>                          |
| <b>Консультации</b>   | <b>3 семестр - 10 часов;</b>                                    |
| <b>Самостоятельная работа</b>   | <b>3 семестр - 105,2 часов;</b>                                 |
| <b>в том числе на КП/КР</b>   | <b>не предусмотрено учебным планом</b>                          |
| <b>Иная контактная работа</b>   | <b>3 семестр - 4 часа;</b>                                      |
| <b>включая:</b><br><b>Контрольная работа</b><br><b>Тестирование</b><br><b>Эссе</b><br><b>Коллоквиум</b> |   |
| <b>Промежуточная аттестация:</b>  |   |
| <b>Защита курсовой работы</b>   | <b>3 семестр - 0,3 часа;</b>                                    |
| <b>Экзамен</b>  | <b>3 семестр - 0,5 часа;</b>                                    |
|   | <b>всего - 0,8 часа</b>   |

**Москва 2021**

## ПРОГРАММУ СОСТАВИЛ:

Преподаватель

(должность)

|   |   |                             |
|---|---|-----------------------------|
|  | <b>Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»</b> |                             |
|   | Сведения о владельце ЦЭП МЭИ                              |                             |
|   | Владелец  | Юдин И.В.                   |
|   | Идентификатор   | R8a1472e1-YudinIvV-667968f0 |

(подпись)

И.В. Юдин

(расшифровка подписи)

## СОГЛАСОВАНО:

Руководитель образовательной программы

(должность, ученая степень, ученое звание)

|   |   |                             |
|---|---|-----------------------------|
|  | <b>Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»</b> |                             |
|   | Сведения о владельце ЦЭП МЭИ                              |                             |
|   | Владелец  | Юдин И.В.                   |
|   | Идентификатор   | R8a1472e1-YudinIvV-667968f0 |

(подпись)

И.В. Юдин

(расшифровка подписи)

Заведующий выпускающей кафедры

(должность, ученая степень, ученое звание)

|   |   |                                |
|---|---|--------------------------------|
|  | <b>Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»</b> |                                |
|   | Сведения о владельце ЦЭП МЭИ                              |                                |
|   | Владелец  | Гаврилова Ю.В.                 |
|   | Идентификатор   | R87aa858f-GavrilovaYV-cb2050d5 |

(подпись)

Ю.В.

Гаврилова

(расшифровка подписи)

## 1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

**Цель освоения дисциплины:** знакомство с современными репутационными технологиями и формирование навыков использования коммуникационных средств и коммуникативных приемов в корпоративном репутационном PR

### Задачи дисциплины

- овладеть навыками проведения репутационного аудита организации;
- научиться запускать и обеспечивать сопровождение стратегии управления, продвижения или корректировки репутации организации;
- овладеть навыками управления репутацией первого лица организации;
- овладеть навыками формирования имиджа и репутации территории (города, края / области, региона).

Формируемые у обучающегося **компетенции** и запланированные **результаты обучения** по дисциплине, соотнесенные с **индикаторами достижения компетенций**:

| Код и наименование компетенции   | Код и наименование индикатора достижения компетенции  | Запланированные результаты обучения   |
|--|---|---|
| ПК-1 Способен организовать деятельность и управлять PR-организациями и PR-подразделениями в организациях, осуществляющих свою деятельность в сфере производства и реализации продукции и услуг | ИД-3 <sub>ПК-1</sub> Использует современные подходы к управлению системой PR-сопровождения продукции и (или) услуги на основе анализа спроса и оценки предложения, при выводе ее (их) на российский и (или) международный рынки | знать:<br>- научные принципы и процессы, лежащие в основе процесса создания и поддержания репутации.<br><br>уметь:<br>- критически оценивать ситуацию с позиции репутационного менеджмента. |
| ПК-1 Способен организовать деятельность и управлять PR-организациями и PR-подразделениями в организациях, осуществляющих свою деятельность в сфере производства и реализации продукции и услуг | ИД-5 <sub>ПК-1</sub> Демонстрирует понимание взаимосвязи функций и задач процессов управления и организации   | знать:<br>- структуру репутационного менеджмента.<br><br>уметь:<br>- анализировать субъекты и объекты процесса создания и поддержания репутации.  |

## 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ВО

Дисциплина относится к основной профессиональной образовательной программе Управление деятельностью PR организаций и структур (далее – ОПОП), направления подготовки 38.04.02 Менеджмент, уровень образования: высшее образование - магистратура.

Базируется на уровне среднего общего образования.

Результаты обучения, полученные при освоении дисциплины, необходимы при выполнении выпускной квалификационной работы.

### 3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

#### 3.1 Структура дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единицы, 144 часа.

| № п/п | Разделы/темы дисциплины/формы промежуточной аттестации | Всего часов на раздел | Семестр | Распределение трудоемкости раздела (в часах) по видам учебной работы |     |    |              |   |     |    |    |                   |                                   | Содержание самостоятельной работы/ методические указания  |
|-------|--|-----------------------|---------|--|-----|----|--------------|---|-----|----|----|-------------------|-----------------------------------|---|
|       |  |                       |         | Контактная работа  |     |    |              |   |     |    | СР |                   |                                   |   |
|       |  |                       |         | Лек  | Лаб | Пр | Консультация |   | ИКР |    | ПА | Работа в семестре | Подготовка к аттестации /контроль |   |
| КПР   | ГК   | ИККП                  | ТК      |  |     |    |              |   |     |    |    |                   |                                   |   |
| 1     | 2  | 3                     | 4       | 5  | 6   | 7  | 8            | 9 | 10  | 11 | 12 | 13                | 14                                | 15  |
| 1     | Понятие имиджа   | 36                    | 3       | 4  | -   | 4  | -            | - | -   | -  | -  | 28                | -                                 | <p><b><u>Подготовка к текущему контролю:</u></b><br/>Повторение материала по разделу "Понятие имиджа"</p> <p><b><u>Подготовка доклада, выступления:</u></b><br/>Задание связано с углубленным изучением разделов дисциплины и самостоятельным поиском материалов для раскрытия темы доклада. В качестве тем докладов студентам предлагаются следующие варианты: 1. Формирование представлений об имидже в культуре второй половины XX в. 2. Имидж как система и процесс. Формирование имидж-модели. Проблемы практической реализации имидж-модели. 3. Структура имиджа. Структурный подход к формированию имиджа. 4. Функции персонального имиджа. 5. Функции имиджа организации. 6. Имидж делового человека. Проблемы формирования и поддержания персонального имиджа в бизнес-среде. 7. Инструментарий имиджологии. Типология средств создания имиджа. Условия и границы их применения и т.п. 8. Роль стереотипов в создании и восприятии имиджа. 9. Роль репутации в формировании имиджа. 10. Социальный имидж организации. 11. Корпоративный имидж: сущность, функции, структура, стратегия</p> |
| 1.1   | Имидж в менеджменте                                    | 12                    |         | 1  | -   | 1  | -            | - | -   | -  | -  | 10                | -                                 |   |
| 1.2   | Профессиональный имидж                                 | 12                    |         | 1  | -   | 1  | -            | - | -   | -  | -  | 10                | -                                 |   |
| 1.3   | Коммуникативный имидж                                  | 12                    |         | 2  | -   | 2  | -            | - | -   | -  | -  | 8                 | -                                 |   |

|     |   |      |   |   |   |   |   |   |   |   |      |   |  |
|-----|---|------|---|---|---|---|---|---|---|---|------|---|--|
|     |   |      |   |   |   |   |   |   |   |   |      |   | <p>формирования. 12. Корпоративный имидж и репутация. 13. Мониторинг сформированного имиджа. Пути и средства корректировки имиджа.</p> <p><b><u>Подготовка к контрольной работе:</u></b><br/>Изучение материалов по разделу "Понятие имиджа" и подготовка к контрольной работе</p> <p><b><u>Подготовка курсовой работы:</u></b> Курсовая работа представлена в виде классической работы с пояснительной запиской. Тематика курсовых представлена в разделе "Курсовая работа"</p> <p><b><u>Подготовка к практическим занятиям:</u></b><br/>Изучение материала по разделу "Понятие имиджа" подготовка к выполнению заданий на практических занятиях</p> <p><b><u>Самостоятельное изучение теоретического материала:</u></b> Изучение дополнительного материала по разделу "Понятие имиджа"</p> <p><b><u>Изучение материалов литературных источников:</u></b><br/>[3], стр. 15-65</p> |
| 2   | Имидж и репутация организации                             | 23.7 | 2 | - | 2 | - | - | - | - | - | 19.7 | - | <b><u>Подготовка к текущему контролю:</u></b><br>Повторение материала по разделу "Имидж и репутация организации"   |
| 2.1 | Корпоративный имидж                                       | 12   | 1 | - | 1 | - | - | - | - | - | 10   | - | <b><u>Подготовка доклада, выступления:</u></b><br>Задание связано с углубленным изучением разделов дисциплины и самостоятельным поиском материалов для раскрытия темы доклада. В качестве тем докладов студентам предлагаются следующие варианты: 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  |
| 2.2 | Технологии формирования корпоративного имиджа и репутации | 11.7 | 1 | - | 1 | - | - | - | - | - | 9.7  | - |  |

|     |                                   |    |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |  |
|-----|-----------------------------------|----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|--|
|     |                                   |    |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   | <p>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</p> <p><b><u>Подготовка к контрольной работе:</u></b><br/>Изучение материалов по разделу "Имидж и репутация организации" и подготовка к контрольной работе в форме теста</p> <p><b><u>Подготовка курсовой работы:</u></b> Курсовая работа представлена в виде классической работы с пояснительной запиской. Тематика курсовых представлена в разделе "Курсовая работа"</p> <p><b><u>Подготовка к практическим занятиям:</u></b><br/>Изучение материала по разделу "Имидж и репутация организации" подготовка к выполнению заданий на практических занятиях</p> <p><b><u>Самостоятельное изучение теоретического материала:</u></b> Изучение дополнительного материала по разделу "Имидж и репутация организации"</p> <p><b><u>Изучение материалов литературных источников:</u></b><br/>[1], стр. 59-101</p> |
| 3   | Параметры корпоративной репутации | 12 | 2 | - | 2 | - | - | - | - | - | 8 | - | <p><b><u>Подготовка к текущему контролю:</u></b><br/>Повторение материала по разделу "Параметры корпоративной репутации"</p>   |
| 3.1 | Параметры корпоративной репутации | 12 | 2 | - | 2 | - | - | - | - | - | 8 | - | <p><b><u>Подготовка курсовой работы:</u></b> Курсовая работа представлена в виде классической работы с пояснительной запиской. Тематика курсовых представлена в разделе "Курсовая работа"</p> <p><b><u>Подготовка к практическим занятиям:</u></b><br/>Изучение материала по разделу "Параметры корпоративной репутации" подготовка к</p>  |



|     |                            |    |   |   |   |   |   |   |   |   |    |   |   |  |
|-----|----------------------------|----|---|---|---|---|---|---|---|---|----|---|---|--|
|     |                            |    |   |   |   |   |   |   |   |   |    |   |   | социальная ответственность, токсичное поведение бизнеса и их влияние на деловую репутацию. 13. Интегральные меры риска (назначение, меры риска EaR (Earnings at Risk – риск дохода), CFaR (Cash Flow at Risk – риск потока наличности), EPSaR (Earnings per Share at Risk – риск дохода в расчете на одну акцию) и др.). 14. Методы расчета VaR (Value at Risk – инвестиционная стоимость проекта, подверженная риску): ковариационный (дельта-нормальный), метод исторического моделирования и метод Монте-Карло. 15. Показатели экономического эффекта и эффективности с учетом риска: EVA (Economic Value Added – экономическая добавленная стоимость), RAROC (Risk Adjusted Return on Capital – скорректированная на риск рентабельность капитала). 16. Карта рисков – эффективный инструмент управления рисками. 17. Анализ репутационных рисков методом «дерево решений». 18. Анализ репутационных рисков методами имитационного моделирования. 19. Модели прогнозирования репутационных рисков бизнеса. 20. Интегрированный репутационный риск-менеджмент на уровне предприятия (ERM, Enterprise Risk Management – комплексная система управления рисками на предприятии). 21. Концепция рисковой стоимости (VaR) в оценке гудвилла. 22. Зарубежная практика репутационного риск-менеджмента.<br><b><u>Изучение материалов литературных источников:</u></b><br>[2], стр. 80-113 |
| 4   | Общественность и репутация | 24 | 4 | - | 4 | - | - | - | - | - | 16 | - | <b><u>Подготовка к текущему контролю:</u></b><br>Повторение материала по разделу "Общественность и репутация" |  |
| 4.1 | Общественность как         | 12 | 2 | - | 2 | - | - | - | - | - | 8  | - |   |  |



|     |  |              |           |          |           |           |          |          |          |            |              |             |  |   |
|-----|--|--------------|-----------|----------|-----------|-----------|----------|----------|----------|------------|--------------|-------------|--|---|
|     | объект управления репутацией                   |              |           |          |           |           |          |          |          |            |              |             |  | <b><u>Подготовка доклада, выступления:</u></b><br>Задание связано с углубленным изучением разделов дисциплины и самостоятельным поиском материалов для раскрытия темы доклада. В качестве тем докладов студентам предлагаются следующие варианты: 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.<br><b><u>Подготовка курсовой работы:</u></b> Курсовая работа представлена в виде классической работы с пояснительной запиской. Тематика курсовых представлена в разделе "Курсовая работа"<br><b><u>Подготовка к практическим занятиям:</u></b><br>Изучение материала по разделу "Общественность и репутация" подготовка к выполнению заданий на практических занятиях<br><b><u>Самостоятельное изучение теоретического материала:</u></b> Изучение дополнительного материала по разделу "Общественность и репутация"<br><b><u>Изучение материалов литературных источников:</u></b><br>[2], стр. 26-98 |
| 4.2 | Маркетинговые стратегии формирования репутации | 12           | 2         | -        | 2         | -         | -        | -        | -        | -          | 8            | -           |  |   |
|     | Экзамен  | 36.0         | -         | -        | -         | -         | 2        | -        | -        | 0.5        | -            | 33.5        |  |   |
|     | Курсовая работа (КР)                           | 12.3         | -         | -        | -         | 8         | -        | 4        | -        | 0.3        | -            | -           |  |   |
|     | <b>Всего за семестр</b>                        | <b>144.0</b> | <b>12</b> | <b>-</b> | <b>12</b> | <b>8</b>  | <b>2</b> | <b>4</b> | <b>-</b> | <b>0.8</b> | <b>71.7</b>  | <b>33.5</b> |  |   |
|     | <b>Итого за семестр</b>                        | <b>144.0</b> | <b>12</b> | <b>-</b> | <b>12</b> | <b>10</b> |          | <b>4</b> |          | <b>0.8</b> | <b>105.2</b> |             |  |   |

**Примечание:** Лек – лекции; Лаб – лабораторные работы; Пр – практические занятия; КПП – аудиторные консультации по курсовым проектам/работам; ИККП – индивидуальные консультации по курсовым проектам/работам; ГК- групповые консультации по разделам

дисциплины; СР – самостоятельная работа студента; ИКР – иная контактная работа; ТК – текущий контроль; ПА – промежуточная аттестация

## **3.2 Краткое содержание разделов**

### 1. Понятие имиджа

#### 1.1. Имидж в менеджменте

Определения понятий «имидж» и «репутация». Виды имиджа. Имидж руководителя. Имидж сотрудника. Имидж организации. Этапы формирования имиджа. Социальная ответственность бизнеса. Понятие о личном имидже. Психология имиджирования..

#### 1.2. Профессиональный имидж

Понятие профессионального имиджа, его значение и особенности. Принципы построения профессионального имиджа. Основные формы выражения профессионального имиджа. Технология создания профессионального имиджа. Построение профессионального имиджа. Выбор профессии. Профессиограммы. Стиль и профессия..

#### 1.3. Коммуникативный имидж

Понятие коммуникативного имиджа. Искусство деловой речи. Деловой разговор: речевая специфика и логическая культура. Ведение переговоров. Ведение делового совещания. Публичные выступления. Как подготовить выступление. Речь, которую запомнят. Как вести себя во время выступления. Телефонные разговоры. Невербальные средства общения. Значение невербальных средств общения в создании положительного имиджа. Мимика и жест. Фейсбилдинг..

### 2. Имидж и репутация организации

#### 2.1. Корпоративный имидж

Составляющие корпоративного имиджа. Значение имиджа для успешности компании. Этапы формирования имиджа организации. Корпоративная репутация. Репутационный капитал. Репутация фирмы как неосязаемый имидж. Формирование репутационного пространства. Репутация и миф. Понятие репутационного статуса компании..

#### 2.2. Технологии формирования корпоративного имиджа и репутации

Выбор технологий формирования корпоративного имиджа и репутации. Философия фирмы. Постановка цели создания позитивного имиджа и репутации компании. Определения принципов деятельности компании. Фундамент имиджа. Определение долгосрочных задач. Стандарты и правила. Мастер-план создания позитивного имиджа. Внешний имидж фирмы. Качество услуг и товаров. Осязаемый имидж. Реклама. Имидж фирмы; репутация и брендинг..

### 3. Параметры корпоративной репутации

#### 3.1. Параметры корпоративной репутации

Разработка системы количественный и качественный показателей корпоративной системы управления репутацией. Оценка финансового состояния компании. Оценка качества товаров и услуг. Оценка корпоративного управления. Глобальные репутационные рейтинги. Цели организации управления коммуникациями PR-объекта в новых условиях. Работа с клиентами. Мнение о деятельности компании как нематериальный актив компании..

### 4. Общественность и репутация

#### 4.1. Общественность как объект управления репутацией

Управление репутацией в условиях «новой экономики»: особенности современной проективной деятельности. Понятие «новая экономика». Изменение роли знаний и технологий в современной экономике, ускорение динамики экономических процессов и рост конкуренции, индивидуализация спроса. Понятие «общественность» в публичных отношениях. Разные варианты определения и стратификации общественности. Принятые в PR подходы к стратификации общественности: функциональный, психографический, демографический, социальный..

#### 4.2. Маркетинговые стратегии формирования репутации

Снижение эффективности старых маркетинговых стратегий в условиях новых социально-экономических реалий: рационализация и индивидуализация спроса, спад эффективности массовой рекламы, необходимость координации маркетинговых коммуникаций. Реклама и бренд в формировании репутации. Наступление стратегии интегрированных маркетинговых коммуникаций. Маркетинговые исследования в PR..

### 3.3. Темы практических занятий

1. Коммуникативный имидж;
2. Маркетинговые стратегии формирования репутации;
3. Общественность как объект управления репутацией;
4. Параметры корпоративной репутации;
5. Имидж и репутация организации;
6. Имидж в менеджменте. Профессиональный имидж.

### 3.4. Темы лабораторных работ

не предусмотрено

### 3.5 Консультации

#### Аудиторные консультации по курсовому проекту/работе (КПР)

1. Консультации направлены на выполнение разделов курсового проекта под руководством наставника (преподавателя). В рамках часов на групповые консультации разбираются наиболее важные части расчетных заданий раздела "Понятие имиджа"
2. Консультации направлены на выполнение разделов курсового проекта под руководством наставника (преподавателя). В рамках часов на групповые консультации разбираются наиболее важные части расчетных заданий раздела "Имидж и репутация организации"
3. Консультации направлены на выполнение разделов курсового проекта под руководством наставника (преподавателя). В рамках часов на групповые консультации разбираются наиболее важные части расчетных заданий раздела "Параметры корпоративной репутации"
4. Консультации направлены на выполнение разделов курсового проекта под руководством наставника (преподавателя). В рамках часов на групповые консультации разбираются наиболее важные части расчетных заданий раздела "Общественность и репутация"

#### Групповые консультации по разделам дисциплины (ГК)

1. Обсуждение материалов по кейсам раздела "Понятие имиджа"
2. Обсуждение материалов по кейсам раздела "Имидж и репутация организации"
3. Обсуждение материалов по кейсам раздела "Параметры корпоративной репутации"
4. Обсуждение материалов по кейсам раздела "Общественность и репутация"

Индивидуальные консультации по курсовому проекту /работе (ИККП)

1. Консультации проводятся по разделу "Понятие имиджа"
2. Консультации проводятся по разделу "Имидж и репутация организации"
3. Консультации проводятся по разделу "Параметры корпоративной репутации"
4. Консультации проводятся по разделу "Общественность и репутация"

### 3.6 Тематика курсовых проектов/курсовых работ

#### 3 Семестр

Курсовая работа (КР)

Темы:

- Тематика курсовых работ: 1. Основные проблемы репутационного менеджмента в информационном обществе. 2. Репутация и паблисити. 3. Репутация и корпоративная индивидуальность (идентичность). 4. Инструментарий имиджелогии в репутационном менеджменте. 5. Пирамида репутации Гр. Даулинга. 6. Стоимостные (экономические) методы оценки репутации. 7. Методики репутационного аудита. 8. Исследования групп корпоративных аудиторий в рамках репутационного менеджмента. 9. Рейтинги корпоративной репутации. 10. Методы формирования репутации. 11. Определение репутационной стратегии. 12. Особенности управления репутацией первого лица. 13. Инструменты репутационного менеджмента. 14. Программы корпоративной социальной ответственности в репутационном менеджменте. 15. Понятие корпоративного гражданства. Спонсорство, филантропия и благотворительность. 16. Традиции корпоративной благотворительности в мире и в России. Социальные программы известных компаний. 17. Основные международные стандарты социальной отчетности. Каналы информирования о социальных программах. 18. Методика анализа имиджа и репутации территории. 19. Стратегия формирования или коррекции репутации территории. 20. Инструменты формирования имиджа и репутации территории.

#### График выполнения курсового проекта

|   |            |                          |
|---|------------|--------------------------|
| Неделя                                  | 1 - 14     | Зачетная                 |
| Раздел курсового проекта                | 1, 2, 3, 4 | Защита курсового проекта |
| Объем раздела, %                        | 100        | -                        |
| Выполненный объем нарастающим итогом, % | 100        | -                        |

|               |                                |
|---------------|--------------------------------|
| Номер раздела | Раздел курсового проекта       |
| 1             | Введение                       |
| 2             | Основная часть                 |
| 3             | Заключение                     |
| 4             | Список источников и литературы |

### 3.7. Соответствие разделов дисциплины и формируемых в них компетенций

| Запланированные результаты обучения по дисциплине<br>(в соответствии с разделом 1)         | Коды<br>индикаторов | Номер раздела<br>дисциплины (в<br>соответствии с п.3.1) |   |   |   | Оценочное средство<br>(тип и наименование)                |
|--|---------------------|---|---|---|---|---|
|  |                     | 1   | 2 | 3 | 4 |   |
| <b>Знать:</b>  |                     |   |   |   |   |   |
| научные принципы и процессы, лежащие в основе<br>процесса создания и поддержания репутации | ИД-3ПК-1            | +   |   |   |   | Контрольная работа/Контрольная работа<br>"Понятие имиджа" |
| структуру репутационного менеджмента   | ИД-5ПК-1            |   | + |   |   | Тестирование/Тест. Имидж и репутация<br>организации       |
| <b>Уметь:</b>  |                     |   |   |   |   |   |
| критически оценивать ситуацию с позиции<br>репутационного менеджмента                      | ИД-3ПК-1            |   |   | + |   | Эссе/Эссе. Параметры корпоративной<br>репутации           |
| анализировать субъекты и объекты процесса создания и<br>поддержания репутации              | ИД-5ПК-1            |   |   |   | + | Коллоквиум/Коллоквиум. Общественность<br>и репутация      |

## **4. КОМПЕТЕНТНОСТНО-ОРИЕНТИРОВАННЫЕ ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ КОНТРОЛЯ ОСВОЕНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (ТЕКУЩИЙ КОНТРОЛЬ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНАЯ АТТЕСТАЦИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ)**

### **4.1. Текущий контроль успеваемости**

**3 семестр**

Форма реализации: Письменная работа

1. Контрольная работа "Понятие имиджа" (Контрольная работа)
2. Тест. Имидж и репутация организации (Тестирование)
3. Эссе. Параметры корпоративной репутации (Эссе)

Форма реализации: Устная форма

1. Коллоквиум. Общественность и репутация (Коллоквиум)

Балльно-рейтинговая структура дисциплины является приложением А.

Балльно-рейтинговая структура курсовой работы является приложением Б.

### **4.2 Промежуточная аттестация по дисциплине**

Экзамен (Семестр №3)

Оценка определяется в соответствии с Положением о балльно-рейтинговой системе для студентов НИУ «МЭИ» на основании семестровой и экзаменационной составляющих

Курсовая работа (КР) (Семестр №3)

Оценка определяется по совокупности результатов текущего контроля успеваемости, а также по результатам защиты, в соответствии с Положением о балльно-рейтинговой системе для студентов НИУ «МЭИ»

В диплом выставляется оценка за 3 семестр.

**Примечание:** Оценочные материалы по дисциплине приведены в фонде оценочных материалов ОПОП.

## **5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **5.1 Печатные и электронные издания:**

1. Чумиков, А. Н. Реклама и связи с общественностью. Имидж, репутация, бренд : учебное пособие для вузов по направлению "Реклама и связи с общественностью" / А. Н. Чумиков . – М. : Аспект Пресс, 2012 . – 159 с. – (Учебник нового поколения) . - ISBN 978-5-7567-0656-7 .;
2. Рева, В. Е. Управление репутацией : учебное пособие / В. Е. Рева . – М. : Дашков и К, 2013 . – 136 с. - ISBN 978-5-394-02209-8 .;
3. Е. В. Щербакова- "Деловая репутация предприятия: формирование, диагностика, стратегия укрепления", Луганск, 2019 - (272 с.)  
<https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=567097>.

### **5.2 Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение:**

1. СДО "Прометей";
2. Office / Российский пакет офисных программ;
3. Windows / Операционная система семейства Linux;
4. Майнд Видеоконференции.

### 5.3 Интернет-ресурсы, включая профессиональные базы данных и информационно-справочные системы:

1. ЭБС Лань - <https://e.lanbook.com/>
2. ЭБС "Университетская библиотека онлайн" - [http://biblioclub.ru/index.php?page=main\\_ub\\_red](http://biblioclub.ru/index.php?page=main_ub_red)
3. Научная электронная библиотека - <https://elibrary.ru/>
4. Электронная библиотека МЭИ (ЭБ МЭИ) - <http://elib.mpei.ru/login.php>
5. Портал открытых данных Российской Федерации - <https://data.gov.ru>
6. База открытых данных Министерства труда и социальной защиты РФ - <https://rosmintrud.ru/opendata>
7. База открытых данных профессиональных стандартов Министерства труда и социальной защиты РФ - <http://profstandart.rosmintrud.ru/obshchiy-informatsionnyy-blok/natsionalnyy-reestr-professionalnykh-standartov/>
8. База открытых данных Министерства экономического развития РФ - <http://www.economy.gov.ru>
9. База открытых данных Росфинмониторинга - <http://www.fedsfm.ru/opendata>
10. Электронная открытая база данных "Polpred.com Обзор СМИ" - <https://www.polpred.com>
11. Информационно-справочная система «Кодекс/Техэксперт» - <Http://proinfosoft.ru;>  
<http://docs.cntd.ru/>
12. Национальный портал онлайн обучения «Открытое образование» - <https://openedu.ru>
13. Официальный сайт Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии - <http://protect.gost.ru/>
14. Открытая университетская информационная система «РОССИЯ» - <https://uisrussia.msu.ru>
15. Официальный сайт Министерства науки и высшего образования Российской Федерации - <https://minobrnauki.gov.ru>
16. Официальный сайт Федеральной службы по надзору в сфере образования и науки - <https://obrnadzor>
17. Федеральный портал "Российское образование" - <http://www.edu.ru>
18. Информо - <https://www.informio.ru/>
19. АНО «Россия – страна возможностей» - <https://rsv.ru/education/>

### 6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

| Тип помещения   | Номер аудитории, наименование             | Оснащение  |
|---|---|--|
| Учебные аудитории для проведения лекционных занятий и текущего контроля | Ж-504, Учебная аудитория                  | парта со скамьей, стол преподавателя, стул, доска меловая  |
| Учебные аудитории для проведения практических занятий, КР и КП          | Ж-504, Учебная аудитория                  | парта со скамьей, стол преподавателя, стул, доска меловая  |
| Учебные аудитории для проведения промежуточной аттестации               | Ж-504, Учебная аудитория                  | парта со скамьей, стол преподавателя, стул, доска меловая  |
| Помещения для самостоятельной работы                                    | П-40, Аспирантская                        |  |
| Помещения для консультирования  | А-201/16, Кабинет сотрудников каф. Физики | кресло рабочее, стул, шкаф для документов, шкаф для одежды, стол письменный, колонки, компьютер персональный |
| Помещения для хранения  | , Склад                                   |  |



|                                   |  |  |
|-----------------------------------|--|--|
| оборудования и учебного инвентаря |  |  |
|-----------------------------------|--|--|

## БАЛЛЬНО-РЕЙТИНГОВАЯ СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

## Репутационный менеджмент

(название дисциплины)

## 3 семестр

**Перечень контрольных мероприятий текущего контроля успеваемости по дисциплине:**

КМ-1 Контрольная работа "Понятие имиджа" (Контрольная работа)

КМ-2 Тест. Имидж и репутация организации (Тестирование)

КМ-3 Эссе. Параметры корпоративной репутации (Эссе)

КМ-4 Коллоквиум. Общественность и репутация (Коллоквиум)

**Вид промежуточной аттестации – Экзамен.**

| Номер раздела | Раздел дисциплины   | Индекс КМ: | КМ-1 | КМ-2 | КМ-3 | КМ-4 |
|---------------|---|------------|------|------|------|------|
|               |   | Неделя КМ: | 4    | 8    | 12   | 16   |
| 1             | Понятие имиджа  |            |      |      |      |      |
| 1.1           | Имидж в менеджменте                                       |            | +    |      |      |      |
| 1.2           | Профессиональный имидж                                    |            | +    |      |      |      |
| 1.3           | Коммуникативный имидж                                     |            | +    |      |      |      |
| 2             | Имидж и репутация организации                             |            |      |      |      |      |
| 2.1           | Корпоративный имидж                                       |            |      | +    |      |      |
| 2.2           | Технологии формирования корпоративного имиджа и репутации |            |      | +    |      |      |
| 3             | Параметры корпоративной репутации                         |            |      |      |      |      |
| 3.1           | Параметры корпоративной репутации                         |            |      |      | +    |      |
| 4             | Общественность и репутация                                |            |      |      |      |      |
| 4.1           | Общественность как объект управления репутацией           |            |      |      |      | +    |
| 4.2           | Маркетинговые стратегии формирования репутации            |            |      |      |      | +    |
| Вес КМ, %:    |   |            | 15   | 10   | 45   | 30   |

**БАЛЛЬНО-РЕЙТИНГОВАЯ СТРУКТУРА  
КУРСОВОГО ПРОЕКТА/РАБОТЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

**Репутационный менеджмент**

(название дисциплины)

**3 семестр**

**Перечень контрольных мероприятий текущего контроля успеваемости по курсовой работе:**

- КМ-1 Соблюдение графика выполнения курсовой работы
- КМ-2 Качество выполнения основных разделов курсовой работы
- КМ-3 Качество оформления курсовой работы
- КМ-4 Актуальность используемого библиографического списка

**Вид промежуточной аттестации – защита КР.**

| Номер раздела | Раздел курсового проекта/курсовой работы | Индекс КМ: | КМ-1 | КМ-2 | КМ-3 | КМ-4 |
|---------------|--|------------|------|------|------|------|
|               |  | Неделя КМ: | 14   | 14   | 14   | 14   |
| 1             | Введение                                 |            | +    | +    | +    |      |
| 2             | Основная часть                           |            | +    | +    | +    |      |
| 3             | Заключение                               |            | +    | +    | +    |      |
| 4             | Список источников и литературы           |            | +    | +    | +    | +    |
| Вес КМ, %:    |  |            | 25   | 25   | 25   | 25   |