

**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> <b>Контрольная работа</b> <b>Тестирование</b> <b>Эссе</b> <b>Коллоквиум</b>	
<b>Промежуточная аттестация:</b>	
<b>Экзамен</b>	<b>3 семестр - 0,5 часа;</b>
<b>Защита курсовой работы</b>	<b>3 семестр - 0,3 часа;</b>
	<b>всего - 0,8 часа</b>

**Москва 2024**

**ПРОГРАММУ СОСТАВИЛ:**


Преподаватель

	Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»	
	Сведения о владельце ЦЭП МЭИ	
	Владелец	Юдин И.В.
	Идентификатор	R8a1472e1-YudinIVV-667968f0

И.В. Юдин

**СОГЛАСОВАНО:**

Руководитель  
образовательной программы

	Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»	
	Сведения о владельце ЦЭП МЭИ	
	Владелец	Юдин И.В.
	Идентификатор	R8a1472e1-YudinIVV-667968f0

И.В. Юдин

Заведующий выпускающей  
кафедрой

	Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»	
	Сведения о владельце ЦЭП МЭИ	
	Владелец	Курилов С.Н.
	Идентификатор	R2f2f52fe-KurilovSN-7d2d7cde

С.Н. Курилов

## 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: - научные принципы и процессы, лежащие в основе процесса создания и поддержания репутации.  уметь: - 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: - структуру репутационного менеджмента.  уметь: - 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 высшего образования (бакалавриат, специалитет).

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> Повторение материала по разделу "Понятие имиджа"</p> <p><b><u>Подготовка доклада, выступления:</u></b> 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> 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> 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> [3], стр. 15-65</p>
2	Имидж и репутация организации	23.7	2	-	2	-	-	-	-	-	19.7	-	<b><u>Подготовка к текущему контролю:</u></b> Повторение материала по разделу "Имидж и репутация организации"
2.1	Корпоративный имидж	12	1	-	1	-	-	-	-	-	10	-	<b><u>Подготовка доклада, выступления:</u></b> 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> 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> 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> [1], стр. 59-101</p>
3	Параметры корпоративной репутации	12	2	-	2	-	-	-	-	-	8	-	<p><b><u>Подготовка к текущему контролю:</u></b> 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> Изучение материала по разделу "Параметры корпоративной репутации" подготовка к</p>

													<p>выполнению заданий на практических занятиях</p> <p><u><b>Самостоятельное изучение теоретического материала:</b></u> Изучение дополнительного материала по разделу "Параметры корпоративной репутации"</p> <p><u><b>Подготовка реферата:</b></u> В рамках реферативной части студенту необходимо провести обзор литературных источников по выбранной теме, комплексно осветить вопрос в соответствии с темой реферата, подготовить презентацию для выступления по результатам работы на семинарском занятии. В качестве тем реферата студенту предлагаются следующие варианты: 1. Деловая репутация – особый нематериальный актив и его экономический потенциал. 2. Западный и восточный деловой уклад, его влияние на восприятие деловой репутации бизнеса. 3. Деловая репутация в информационной экономике: новые роли самого спорного нематериального актива. 4. Деловая репутация как конкурентное преимущество и ее возможности для бизнеса. 5. Репутация и имидж в системе современных ценностей. 6. Практическая (экономическая, финансовая ценность хорошей репутации и благоприятного (привлекательного, позитивного) имиджа. 7. Влияние репутационного менеджмента на инвестиционную активность. 8. Понятия «деловая репутация организации», «персональная деловая репутация»: основные различия. 9. Репутационный аудит и порядок его проведения. 10. Реинжиниринг бизнес-модели в информационном обществе: проблемы и возможности. 11. Деловая репутация цифрового бизнеса: как оценить невидимый продукт. 12. Корпоративная</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. <b><u>Изучение материалов литературных источников:</u></b> [2], стр. 80-113
4	Общественность и репутация	24	4	-	4	-	-	-	-	-	16	-	<b><u>Подготовка к текущему контролю:</u></b> 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> 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. <b><u>Подготовка курсовой работы:</u></b> Курсовая работа представлена в виде классической работы с пояснительной запиской. Тематика курсовых представлена в разделе "Курсовая работа" <b><u>Подготовка к практическим занятиям:</u></b> Изучение материала по разделу "Общественность и репутация" подготовка к выполнению заданий на практических занятиях <b><u>Самостоятельное изучение теоретического материала:</u></b> Изучение дополнительного материала по разделу "Общественность и репутация" <b><u>Изучение материалов литературных источников:</u></b> [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	-	-		
	Всего за семестр	144.0	12	-	12	8	2	4	-	0.8	71.7	33.5		
	Итого за семестр	144.0	12	-	12	10		4		0.8	105.2			

**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. Имидж в менеджменте. Профессиональный имидж;
2. Имидж и репутация организации;
3. Параметры корпоративной репутации;
4. Общественность как объект управления репутацией;
5. Маркетинговые стратегии формирования репутации;
6. Коммуникативный 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 имиджологии 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 (в соответствии с разделом 1)	Коды индикаторов	Номер раздела дисциплины (в соответствии с п.3.1)				Оценочное средство (тип и наименование)
		1	2	3	4	
<b>Знать:</b>						
научные принципы и процессы, лежащие в основе процесса создания и поддержания репутации	ИД-3ПК-1	+				Контрольная работа/Контрольная работа "Понятие имиджа"
структуру репутационного менеджмента	ИД-5ПК-1		+			Тестирование/Тест. Имидж и репутация организации
<b>Уметь:</b>						
критически оценивать ситуацию с позиции репутационного менеджмента	ИД-3ПК-1			+		Эссе/Эссе. Параметры корпоративной репутации
анализировать субъекты и объекты процесса создания и поддержания репутации	ИД-5ПК-1				+	Коллоквиум/Коллоквиум. Общественность 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. Видеоконференции (Майнд, Сберджаз, ВК и др).

### 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. Информиио - <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	кресло рабочее, стол компьютерный, стул, шкаф для документов, шкаф для одежды, тумба, стол для совещаний, компьютерная сеть с выходом в Интернет,



		многофункциональный центр, компьютер персональный
Помещения для консультирования	А-201/1б, Кабинет сотрудников каф. Физики	кресло рабочее, стул, шкаф для документов, шкаф для одежды, стол письменный, колонки, компьютер персональный
Помещения для хранения оборудования и учебного инвентаря	, Склад	

## 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