

**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 проектами

Уровень образования: высшее образование - магистратура

Форма обучения: Очно-заочная

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

<b>Блок:</b>	Блок 4 «Факультативы»
<b>Часть образовательной программы:</b>	Часть, формируемая участниками образовательных отношений
<b>№ дисциплины по учебному плану:</b>	Б4.Ч.02
<b>Трудоемкость в зачетных единицах:</b>	2 семестр - 2;
<b>Часов (всего) по учебному плану:</b>	72 часа
<b>Лекции</b>	2 семестр - 8 часов;
<b>Практические занятия</b>	2 семестр - 8 часов;
<b>Лабораторные работы</b>	не предусмотрено учебным планом
<b>Консультации</b>	проводится в рамках часов аудиторных занятий
<b>Самостоятельная работа</b>	2 семестр - 55,7 часа;
<b>в том числе на КП/КР</b>	не предусмотрено учебным планом
<b>Иная контактная работа</b>	проводится в рамках часов аудиторных занятий
<b>включая:</b> Тестирование Контрольная работа Эссе Индивидуальный проект	
<b>Промежуточная аттестация:</b>	
<b>Зачет</b>	2 семестр - 0,3 часа;

**Москва 2025**

**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	Кетоева Н.Л.
	Идентификатор	R56dba1ba-KetoyevaNL-5403d8c3

Н.Л. Кетоева

Заведующий выпускающей  
кафедрой

	Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»	
	Сведения о владельце ЦЭП МЭИ	
	Владелец	Кетоева Н.Л.
	Идентификатор	R56dba1ba-KetoyevaNL-5403d8c3

Н.Л. Кетоева

## 1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

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

### Задачи дисциплины

- проведение репутационного аудита организации;
- запуск и обеспечение сопровождения стратегии управления, продвижения или корректировки репутации организации;
- управление репутацией первого лица организации;
- формирование имиджа и репутации территории (города, края / области, региона);
- разработка корпоративной стратегии, программы организационного развития и изменений и обеспечение их реализации (ПК-2);
- использование количественных и качественных методов для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, подготовка аналитических материалов по результатам их применения (ПК-4).

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 осуществлять стратегическое управление проектами и программами по внедрению новых методов и моделей организации и планирования деятельности организации	ИД-5 <sub>ПК-1</sub> Демонстрирует знания современных принципов управления производственной, маркетинговой, инновационной, кадровой и финансовой сферами деятельности предприятия на основе методологии стратегического управления	знать: - научные принципы и процессы, лежащие в основе процесса создания и поддержания репутации (ПК-2, ПК-4); - структуру репутационного менеджмента (ПК-4).  уметь: - пользоваться навыками профессиональной аргументации в выборе различных способов и методов формирования и поддержания репутации (ПК-2, ПК-4); - обоснованно подходить к определению репутации в организации (ПК-4); - анализировать субъекты и объекты процесса создания и поддержания репутации (ПК-2); - критически оценивать ситуацию с позиции репутационного менеджмента (ПК-2, ПК-4).

## 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ВО

Дисциплина относится к факультативным дисциплинам основной профессиональной образовательной программе Управление проектами (далее – ОПОП), направления подготовки 38.04.02 Менеджмент, уровень образования: высшее образование - магистратура.

Требования к входным знаниям и умениям:

- знать структуру, роль и место связей с общественностью в современном обществе

- знать особенности применения системы компетенций в процессе поддержки принятия управленческих решений
- знать основные принципы налаживания отношений между организацией и общественностью с использованием коммуникативных закономерностей
- уметь применять технологии связей с общественностью в кризисных ситуациях
- уметь эффективно решать задачи управленческой деятельности
- уметь разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию
- уметь пользоваться навыками взаимодействия с внутренней средой организации в кризисных ситуациях
- уметь пользоваться навыками формирования у работников организации компетенций, направленных на решения управленческих задач
- уметь использовать современные методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач

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 2 зачетных единицы, 72 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	18	2	3	-	3	-	-	-	-	-	12	-	<p><b><u>Подготовка курсовой работы:</u></b> Курсовая работа представлена в виде реферата по учебному кейсу, охватывающего несколько изученных тем и выбор варианта проектного решения. Пример задания: Основные проблемы репутационного менеджмента в информационном обществе.</p> <p><b><u>Самостоятельное изучение теоретического материала:</u></b> Изучение дополнительного 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. Материалы выполненной работы представляются в электронном виде или в форме распечатанных презентационных слайдов.</p> <p><b><u>Подготовка к текущему контролю:</u></b> Повторение материала по разделу "Понятие имиджа"</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>Изучение материалов литературных источников:</u></b></p>
1.1	Имидж в менеджменте	6		1	-	1	-	-	-	-	-	4	-	
1.2	Профессиональный имидж	6		1	-	1	-	-	-	-	-	4	-	
1.3	Коммуникативный имидж	6		1	-	1	-	-	-	-	-	4	-	

													[3], 15-65	
2	Имидж и репутация организации	21	3	-	3	-	-	-	-	-	-	15	-	<p><b><u>Подготовка доклада, выступления:</u></b> Задание связано с углубленным изучением разделов дисциплины и самостоятельным поиском материалов для раскрытия темы доклада. Материалы выполненной работы представляются в электронном виде или в форме распечатанных презентационных слайдов.</p> <p><b><u>Подготовка к текущему контролю:</u></b> Повторение материала по разделу "Имидж и репутация организации"</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>Подготовка курсовой работы:</u></b> Курсовая работа представлена в виде реферата по учебному кейсу, охватывающего несколько изученных тем и выбор варианта проектного решения. Пример задания: Основные проблемы репутационного менеджмента в информационном обществе.</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], 59-101</p>
2.1	Корпоративный имидж	7	1	-	1	-	-	-	-	-	-	5	-	
2.2	Технологии формирования корпоративного имиджа и репутации	7	1	-	1	-	-	-	-	-	-	5	-	
2.3	Параметры корпоративной репутации	7	1	-	1	-	-	-	-	-	-	5	-	
3	Общественность и репутация	15	2	-	2	-	-	-	-	-	-	11	-	<p><b><u>Самостоятельное изучение теоретического материала:</u></b> Изучение дополнительного материала по разделу "Общественность и репутация"</p> <p><b><u>Подготовка курсовой работы:</u></b> Курсовая работа представлена в виде крупной задачи по учебному кейсу, охватывающей несколько расчетных вопросов и выбор</p>
3.1	Общественность как объект управления репутацией	7	1	-	1	-	-	-	-	-	-	5	-	
3.2	Маркетинговые стратегии формирования	8	1	-	1	-	-	-	-	-	-	6	-	

	репутации												<p>варианта проектного решения. Пример задания: Основные проблемы репутационного менеджмента в информационном обществе.</p> <p><b><u>Подготовка к контрольной работе:</u></b> Изучение материалов по разделу "Общественность и репутация" и подготовка к контрольной работе. Контрольная работа представлена в виде написания эссе. Тема: из предлагаемого списка тем по любому на выбор обучающегося разделу / теме дисциплины.</p> <p><b><u>Подготовка доклада, выступления:</u></b> Задание связано с углубленным изучением разделов дисциплины и самостоятельным поиском материалов для раскрытия темы доклада. Материалы выполненной работы представляются в электронном виде или в форме распечатанных презентационных слайдов.</p> <p><b><u>Подготовка к практическим занятиям:</u></b> Изучение материала по разделу "Общественность и репутация", подготовка к выполнению заданий на практических занятиях</p> <p><b><u>Подготовка к текущему контролю:</u></b> Повторение материала по разделу "Общественность и репутация"</p> <p><b><u>Изучение материалов литературных источников:</u></b> [2], 26-98</p>
	Зачет	18.0	-	-	-	-	-	-	-	0.3	-	17.7	
	Всего за семестр	72.0	8	-	8	-	-	-	-	0.3	38	17.7	
	Итого за семестр	72.0	8	-	8	-	-	-	-	0.3	55.7		

**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..

#### 2.3. Параметры корпоративной репутации

Разработка системы количественных и качественных 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..

### 3. Общественность и репутация

#### 3.1. 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 публич рилейнз. Разные варианты определения и стратификации общественности. Принятые в PR подходы к стратификации общественности: функциональный, психографический, демографический, социальный..

### 3.2. 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. Маркетинговые стратегии формирования репутации (6 часов);
2. Параметры корпоративной репутации (4 часа);
3. Технологии формирования корпоративного имиджа и репутации (4 часа);
4. Корпоративный имидж (4 часа);
5. Коммуникативный имидж (2 часа);
6. Профессиональный имидж (4 часа);
7. Имидж в менеджменте (4 часа);
8. Общественность как объект управления репутацией (8 часов).

### 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 "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 "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 "Общественность и репутация"

### Текущий контроль (ТК)

1. Консультации направлены на получение индивидуального задания для выполнения контрольных мероприятий по разделу "Понятие имиджа"
2. Консультации направлены на получение индивидуального задания для выполнения контрольных мероприятий по разделу "Имидж и репутация организации"
3. Консультации направлены на получение индивидуального задания для выполнения контрольных мероприятий по разделу "Общественность и репутация"

### **3.6 Тематика курсовых проектов/курсовых работ**

Курсовой проект/ работа не предусмотрены

### 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	
<b>Знать:</b>					
структуру репутационного менеджмента (ПК-4)	ИД-5 <sub>ПК-1</sub>	+			Тестирование/Тест на тему "Понятие имиджа"
научные принципы и процессы, лежащие в основе процесса создания и поддержания репутации (ПК-2, ПК-4)	ИД-5 <sub>ПК-1</sub>	+			Тестирование/Тест на тему "Понятие имиджа"
<b>Уметь:</b>					
критически оценивать ситуацию с позиции репутационного менеджмента (ПК-2, ПК-4)	ИД-5 <sub>ПК-1</sub>		+		Контрольная работа/Контрольная работа на тему "Имидж и репутация организации"
анализировать субъекты и объекты процесса создания и поддержания репутации (ПК-2)	ИД-5 <sub>ПК-1</sub>		+		Контрольная работа/Контрольная работа на тему "Имидж и репутация организации"
обоснованно подходить к определению репутации в организации (ПК-4)	ИД-5 <sub>ПК-1</sub>			+	Индивидуальный проект/Индивидуальное задание на тему "Общественность и репутация"
пользоваться навыками профессиональной аргументации в выборе различных способов и методов формирования и поддержания репутации (ПК-2, ПК-4)	ИД-5 <sub>ПК-1</sub>		+		Эссе/Эссе на тему "Имидж и репутация организации"

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

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

**2 семестр**

Форма реализации: Защита задания

1. Индивидуальное задание на тему "Общественность и репутация" (Индивидуальный проект)

Форма реализации: Компьютерное задание

1. Тест на тему "Понятие имиджа" (Тестирование)

Форма реализации: Письменная работа

1. Контрольная работа на тему "Имидж и репутация организации" (Контрольная работа)
2. Эссе на тему "Имидж и репутация организации" (Эссе)

Балльно-рейтинговая структура дисциплины является приложением А.

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

*Зачет (Семестр №2)*

0,4 x (среднеарифметическая оценка за эссе) + 0,6 x оценка на экзамене.

В диплом выставляется оценка за 2 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. Национальная электронная библиотека - <https://rusneb.ru/>

5. Электронная библиотека МЭИ (ЭБ МЭИ) - <http://elib.mpei.ru/login.php>

## 6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Тип помещения	Номер аудитории, наименование	Оснащение
Учебные аудитории для проведения лекционных занятий и текущего контроля	К-511, Аудитория для проведения интерактивных занятий кафедры МЭП	кресло рабочее, парта со скамьей, стол преподавателя, стул, трибуна, вешалка для одежды, тумба, доска меловая, компьютерная сеть с выходом в Интернет, мультимедийный проектор, экран, кондиционер, стенд учебный, мел, маркер, стилус
	К-520, Аудитория для проведения интерактивных занятий кафедры МЭП	кресло рабочее, парта со скамьей, стол преподавателя, стол, стул, трибуна, вешалка для одежды, тумба, доска меловая, компьютерная сеть с выходом в Интернет, мультимедийный проектор, экран, кондиционер, стенд учебный, мел, маркер, стилус
Учебные аудитории для проведения практических занятий, КР и КП	К-504, Учебная аудитория	парта со скамьей, стол преподавателя, стул, трибуна, доска меловая, мультимедийный проектор, экран, кондиционер
	К-509, Аудитория для проведения интерактивных занятий кафедры МЭП	кресло рабочее, парта со скамьей, стол преподавателя, стул, трибуна, вешалка для одежды, тумба, доска меловая, компьютерная сеть с выходом в Интернет, мультимедийный проектор, экран, кондиционер, стенд учебный, мел, маркер, стилус
Учебные аудитории для проведения промежуточной аттестации	К-504, Учебная аудитория	парта со скамьей, стол преподавателя, стул, трибуна, доска меловая, мультимедийный проектор, экран, кондиционер
	К-509, Аудитория для проведения интерактивных занятий кафедры МЭП	кресло рабочее, парта со скамьей, стол преподавателя, стул, трибуна, вешалка для одежды, тумба, доска меловая, компьютерная сеть с выходом в Интернет, мультимедийный проектор, экран, кондиционер, стенд учебный, мел, маркер, стилус
	К-511, Аудитория для проведения интерактивных занятий кафедры МЭП	кресло рабочее, парта со скамьей, стол преподавателя, стул, трибуна, вешалка для одежды, тумба, доска меловая, компьютерная сеть с выходом в Интернет, мультимедийный проектор, экран, кондиционер, стенд учебный, мел, маркер, стилус
	К-520, Аудитория для проведения	кресло рабочее, парта со скамьей, стол преподавателя, стол, стул, трибуна,

	интерактивных занятий кафедры МЭП	вешалка для одежды, тумба, доска меловая, компьютерная сеть с выходом в Интернет, мультимедийный проектор, экран, кондиционер, стенд учебный, мел, маркер, стилус
Помещения для самостоятельной работы	НТБ-302, Читальный зал отдела обслуживания учебной литературой	стул, стол письменный, компьютерная сеть с выходом в Интернет, компьютер персональный
	НТБ-303, Лекционная аудитория	стол компьютерный, стул, стол письменный, вешалка для одежды, компьютерная сеть с выходом в Интернет, компьютер персональный, принтер, кондиционер
Помещения для консультирования	М-909, Помещение кафедры «РСиЛ»	кресло рабочее, рабочее место сотрудника, стол, стол для работы с документами, стул, шкаф, шкаф для документов, шкаф для одежды, тумба, компьютерная сеть с выходом в Интернет, компьютер персональный, принтер, стенд информационный
Помещения для хранения оборудования и учебного инвентаря	М-901а, Архивное помещение ГПИ	кресло рабочее, стеллаж для хранения книг, стул, инвентарь учебный, книги, учебники, пособия, архивные документы

## БАЛЛЬНО-РЕЙТИНГОВАЯ СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

## Репутационный менеджмент

(название дисциплины)

## 2 семестр

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

- КМ-1 Тест на тему "Понятие имиджа" (Тестирование)  
 КМ-2 Контрольная работа на тему "Имидж и репутация организации" (Контрольная работа)  
 КМ-3 Эссе на тему "Имидж и репутация организации" (Эссе)  
 КМ-4 Индивидуальное задание на тему "Общественность и репутация" (Индивидуальный проект)

**Вид промежуточной аттестации – Зачет.**

Номер раздела	Раздел дисциплины	Индекс КМ:	КМ-1	КМ-2	КМ-3	КМ-4
		Неделя КМ:	6	8	12	14
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			+	+	
2.3	Параметры корпоративной репутации			+	+	
3	Общественность и репутация					
3.1	Общественность как объект управления репутацией					+
3.2	Маркетинговые стратегии формирования репутации					+
Вес КМ, %:			20	25	25	30