

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

**федеральное государственное автономное  
образовательное учреждение высшего образования\_  
«Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет  
им. Н.И. Лобачевского»**

---

Дзержинский филиал ННГУ

---

УТВЕРЖДЕНО  
решением Ученого совета ННГУ  
протокол № 10 от 02.12.2024 г.

**Рабочая программа дисциплины**

Репутационный менеджмент

---

Уровень высшего образования  
Бакалавриат

---

Направление подготовки / специальность  
42.03.01 - Реклама и связи с общественностью

---

Направленность образовательной программы  
Реклама и связи с общественностью в системе управления компанией

---

Форма обучения  
заочная

---

г. Дзержинск

2025 год начала подготовки

## 1. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина Б1.В.ДВ.05.02 Репутационный менеджмент относится к части, формируемой участниками образовательных отношений образовательной программы.

## 2. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы (компетенциями и индикаторами достижения компетенций)

Формируемые компетенции (код, содержание компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), в соответствии с индикатором достижения компетенции		Наименование оценочного средства	
	Индикатор достижения компетенции (код, содержание индикатора)	Результаты обучения по дисциплине	Для текущего контроля успеваемости	Для промежуточной аттестации
ПК-2: Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	ПК-2.1: Анализирует коммуникационные аспекты работы организации (проекта) ПК-2.2: Владеет техниками организации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	ПК-2.1: Знать особенности и основные методы планирования, подготовки и проведения коммуникационных кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью; Уметь использовать особенности и основные методы планирования, подготовки и проведения коммуникационных кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью; Владеть практическими навыками реализации основных методов планирования, подготовки и проведения коммуникационных кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью  ПК-2.2: Знать особенности и основные методы планирования, подготовки и проведения коммуникационных кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью; Уметь использовать особенности и основные методы планирования, подготовки и проведения	Реферат	Зачёт: Контрольные вопросы

		коммуникационных кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью; Владеть практическими навыками реализации основных методов планирования, подготовки и проведения коммуникационных кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью		
ПК-8: Способен использовать стратегии и технологии медиапланирования в коммуникационной и рекламной деятельности	ПК-8.1: Осуществляет поиск статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке ПК-8.2: Применяет на практике техники и технологии медиапланирования в коммуникационной и рекламной деятельности	ПК-8.1: Знать технологии поиска статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке; Уметь использовать технологии поиска статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке; Владеть практическими навыками поиска статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке;  ПК-8.2: Знать техники и технологии медиапланирования в коммуникационной и рекламной деятельности; Уметь использовать в практической деятельности техники и технологии медиапланирования в коммуникационной и рекламной деятельности; Владеть навыками применения в практической деятельности техники и технологии медиапланирования в коммуникационной и рекламной деятельности;	Реферат	Зачёт: Контрольные вопросы

### 3. Структура и содержание дисциплины

### 3.1 Трудоемкость дисциплины

	<b>заочная</b>
<b>Общая трудоемкость, з.е.</b>	<b>3</b>
<b>Часов по учебному плану</b>	<b>108</b>
в том числе	
<b>аудиторные занятия (контактная работа):</b>	
- занятия лекционного типа	<b>6</b>
- занятия семинарского типа (практические занятия / лабораторные работы)	<b>6</b>
- КСР	<b>1</b>
<b>самостоятельная работа</b>	<b>91</b>
<b>Промежуточная аттестация</b>	<b>4</b> <b>Зачёт</b>

### 3.2. Содержание дисциплины

(структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и виды учебных занятий)

Наименование разделов и тем дисциплины	Всего (часы)	в том числе			
		Контактная работа (работа во взаимодействии с преподавателем), часы из них			Самостоятельная работа обучающегося, часы
		Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа (практические занятия/лабораторные работы), часы	Всего	
	з ф о	з ф о	з ф о	з ф о	з ф о
Тема 1. Понятие деловой репутации	24	1	1	2	22
Тема 2 Параметры деловой репутации	25	1	1	2	23
Тема 3. Технологии управления деловой репутацией	27	2	2	4	23
Тема 4. Антикризисные коммуникации как инструмент защиты репутации	27	2	2	4	23
Аттестация	4				
КСР	1				1
Итого	108	6	6	13	91

#### Содержание разделов и тем дисциплины

Тема 1. Понятие деловой репутации

Тема 2 Параметры деловой репутации

Тема 3. Технологии управления деловой репутацией

Тема 4. Антикризисные коммуникации как инструмент защиты репутации

### 4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся

Самостоятельная работа обучающихся включает в себя подготовку к контрольным вопросам и заданиям для текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины приведенным в п. 5.

-

## **5. Фонд оценочных средств для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)**

### **5.1 Типовые задания, необходимые для оценки результатов обучения при проведении текущего контроля успеваемости с указанием критериев их оценивания:**

#### **5.1.1 Типовые задания (оценочное средство - Реферат) для оценки сформированности компетенции ПК-2:**

1. Новые репутационные риски в глобализованном 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

#### **5.1.2 Типовые задания (оценочное средство - Реферат) для оценки сформированности компетенции ПК-8:**

1. Новые репутационные риски в глобализованном 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 постороения 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

### Критерии оценивания (оценочное средство - Реферат)

Оценка	Критерии оценивания
зачтено	больше 50% правильных ответов
не зачтено	менее 50% правильных ответов

## 5.2. Описание шкал оценивания результатов обучения по дисциплине при промежуточной аттестации

### Шкала оценивания сформированности компетенций

Уровень сформированности компетенций (индикатора достижения компетенций)	плохо	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	очень хорошо	отлично	превосходно
	не зачтено			зачтено			
<u>Знания</u>	Отсутствие знаний теоретического материала. Невозможность оценить полноту знаний вследствие отказа обучающегося от ответа	Уровень знаний ниже минимальных требований. Имели место грубые ошибки	Минимально допустимый уровень знаний. Допущено много негрубых ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько негрубых ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько несущественных ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Ошибок нет.	Уровень знаний в объеме, превышающем программу подготовки.
<u>Умения</u>	Отсутствие минимальных умений. Невозможность оценить наличие умений вследствие отказа обучающегося от	При решении стандартных задач не продемонстрированы основные умения. Имели место грубые ошибки	Продемонстрированы основные умения. Решены типовые задачи с негрубыми ошибками.	Продемонстрированы все основные умения. Решены все основные задачи с негрубыми	Продемонстрированы все основные умения. Решены все основные задачи. Выполнены	Продемонстрированы все основные умения. Решены все основные задачи с	Продемонстрированы все основные умения. Решены все основные задачи. Выполнены все задания, в

	ответа		Выполнены все задания, но не в полном объеме	ошибками. Выполнены все задания в полном объеме, но некоторые с недочетами	все задания в полном объеме, но некоторые с недочетами	отдельным и несущественными недочетами, выполнены все задания в полном объеме	полном объеме без недочетов
<u>Навыки</u>	Отсутствие базовых навыков. Невозможность оценить наличие навыков вследствие отказа обучающегося от ответа	При решении стандартных задач не продемонстрированы базовые навыки. Имели место грубые ошибки	Имеется минимальный набор навыков для решения стандартных задач с некоторым и недочетами	Продемонстрированы базовые навыки при решении стандартных задач с некоторым и недочетами	Продемонстрированы базовые навыки при решении стандартных задач без ошибок и недочетов	Продемонстрированы навыки при решении нестандартных задач без ошибок и недочетов	Продемонстрирован творческий подход к решению нестандартных задач

### Шкала оценивания при промежуточной аттестации

Оценка		Уровень подготовки
зачтено	превосходно	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «превосходно», продемонстрированы знания, умения, владения по соответствующим компетенциям на уровне выше предусмотренного программой
	отлично	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «отлично».
	очень хорошо	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «очень хорошо»
	хорошо	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «хорошо».
	удовлетворительно	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «удовлетворительно», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «удовлетворительно»
не зачтено	неудовлетворительно	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «неудовлетворительно».
	плохо	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «плохо»

### 5.3 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов обучения на промежуточной аттестации с указанием критериев их оценивания:

#### 5.3.1 Типовые задания (оценочное средство - Контрольные вопросы) для оценки сформированности компетенции ПК-2

1. Особенности репутационного менеджмента крупных промышленных предприятий

2. Репутационный менеджмент в малом и среднем бизнесе: специфика и закономерности
3. Репутационный менеджмент в высокотехнологичном (телекоммуникационном) секторе
4. Модели репутационного менеджмента на примере предприятий сферы услуг
5. Стратегические коммуникации в государственном и муниципальном секторах
6. Бренд-менеджмент и управление репутацией в рамках деятельности крупной
7. Интернет-коммуникация как инструмент репутационного менеджмента
8. Репутационный аудит бизнеса на примере деятельности действующего предприятия
9. Репутационный аудит организации на примере деятельности организации
10. Search Engine Reputation Management (SERM) как технология приумножения нематериального капитала организации
11. Digital-PR в системе репутационного менеджмента: эффективные технологии и специфика их применения
12. Репутационный аудит на примере деятельности некоммерческой (негосударственной) организации

### 5.3.2 Типовые задания (оценочное средство - Контрольные вопросы) для оценки сформированности компетенции ПК-8

1. Особенности репутационного менеджмента крупных промышленных предприятий
2. Репутационный менеджмент в малом и среднем бизнесе: специфика и закономерности
3. Репутационный менеджмент в высокотехнологичном (телекоммуникационном) секторе
4. Модели репутационного менеджмента на примере предприятий сферы услуг
5. Стратегические коммуникации в государственном и муниципальном секторах
6. Бренд-менеджмент и управление репутацией в рамках деятельности крупной
7. Интернет-коммуникация как инструмент репутационного менеджмента
8. Репутационный аудит бизнеса на примере деятельности действующего предприятия
9. Репутационный аудит организации на примере деятельности организации
10. Search Engine Reputation Management (SERM) как технология приумножения нематериального капитала организации
11. Digital-PR в системе репутационного менеджмента: эффективные технологии и специфика их применения
12. Репутационный аудит на примере деятельности некоммерческой (негосударственной) организации

### Критерии оценивания (оценочное средство - Контрольные вопросы)

Оценка	Критерии оценивания
зачтено	больше 50% правильных ответов
не зачтено	менее 50% правильных ответов

## 6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

Основная литература:

1. Логинова А. К. Имиджология : учебное пособие для вузов / Логинова А. К. - 3-е изд., стер. - Санкт-Петербург : Лань, 2024. - 72 с. - Книга из коллекции Лань - Экономика и менеджмент. - ISBN 978-5-507-47306-9., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?>



Action=FindDocs&ids=885293&idb=0.

2. Семенова Л. М. Имиджмейкинг : учебник и практикум / Л. М. Семенова. - Москва : Юрайт, 2023. - 141 с. - (Высшее образование). - ISBN 978-5-534-11004-3. - Текст : электронный // ЭБС "Юрайт"., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=843033&idb=0>.

Дополнительная литература:

1. Сальникова Людмила Сергеевна. Репутационный менеджмент. Современные подходы и технологии : Учебник для вузов / Сальникова Л. С. - 3-е изд. - Москва : Юрайт, 2021. - 305 с. - (Высшее образование). - ISBN 978-5-534-08505-1. - Текст : электронный // ЭБС "Юрайт"., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=766546&idb=0>.
2. Чумиков А.Н. Реклама и связи с общественностью: Имидж, репутация, бренд : учебное пособие / Чумиков А.Н. - Москва : Аспект-Пресс, 2016. - 159 с. - ISBN 978-5-7567-0819-6., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=772682&idb=0>.
3. Шарков Феликс Изосимович. Константы гудвилла: стиль, паблисити, репутация, имидж и бренд фирмы : Учебное пособие / Московский государственный институт международных отношений (университет) Министерства иностранных дел Российской Федерации. - 5-е изд. - Москва : Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2020. - 270 с. - ВО - Бакалавриат. - ISBN 978-5-394-03640-8., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=632752&idb=0>.

Программное обеспечение и Интернет-ресурсы (в соответствии с содержанием дисциплины):

- Справочная правовая система «Консультант Плюс»: <http://www.consultant.ru/>
- Электронно-библиотечная система «Консультант студента»: <http://www.studentlibrary.ru/>
- Электронно-библиотечная система «Знаниум»: <http://znanium.com/>
- Электронно-библиотечная система «Лань»: <https://e.lanbook.com/>
- Операционная система Microsoft Windows
- Пакет прикладных программ Microsoft Office

## **7. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)**

Учебные аудитории для проведения учебных занятий, предусмотренных образовательной программой, оснащены мультимедийным оборудованием (проектор, экран), техническими средствами обучения, компьютерами.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечены доступом в электронную информационно-образовательную среду.

Программа составлена в соответствии с требованиями ОС ННГУ по направлению подготовки/специальности 42.03.01 - Реклама и связи с общественностью.

Автор(ы): Рыжакова Елена Владимировна, кандидат культурологии.

Заведующий кафедрой: Дюдяков Алексей Александрович, кандидат медицинских наук.

Программа одобрена на заседании методической комиссии от 28.12.2024, протокол № 21.

