

Министерство образования и науки РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф – Аннотация рабочей программы дисциплины		

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

«Репутационный менеджмент»

по направлению «Менеджмент» профиль «Международный менеджмент»

1. Цели и задачи освоения дисциплины

Цель освоения дисциплины: формирование у студентов основополагающих знаний, касающихся оценки влияния репутации на конкурентоспособность организации, и умения анализа и разработки рекомендаций по повышению эффективности коммуникационных процессов в организации

Задачи освоения дисциплины:

- 1) сформировать концептуальные и методологические знания о репутационном менеджменте;
- 2) развить умение самостоятельно выбирать эффективную стратегию управления корпоративной репутацией;
- 3) сформировать навык мониторинга коммуникационного окружения компании и проводить репутационный аудит организации
- 4) освоить практические навыки формирования рекламных и PR- программ формирования имиджа;
- 5) запускать и обеспечивать сопровождение стратегии управления, продвижения или корректировки репутации организации;
- 6) управлять репутацией первого лица организации

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Данная учебная дисциплина входит в блок дисциплин вариативной части дисциплины по выбору рабочего учебного плана в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент».

Для изучения дисциплины необходимы компетенции, сформированные у обучающихся в результате освоения следующих дисциплин ОПОП: «Теория менеджмента», «Психология управления», «Этика международных экономических отношений», «Кросскультурный менеджмент», «Информационные технологии в менеджменте».

Данная дисциплина предусматривает подведение итогов обучения в рамках государственной итоговой аттестации.

3. Перечень планируемых результатов освоения дисциплины

В результате освоения дисциплины студенты осваивают и развивают следующие компетенции:

ОПК-4 - способностью осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации

ПКП-22 - умением определять основные проблемы в коммуникационном взаимодействии по вопросам создания и реализации корпоративного имиджа; выявлять проблемные

Министерство образования и науки РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф – Аннотация рабочей программы дисциплины		

ситуации в организации репутационной политики предприятия; использовать корпоративную культуру для укрепления имиджа организации

В результате освоения дисциплины студенты должны:

- Знать:

- о сущности формирования делового имиджа компании, как универсальной деятельности по изучению и проектированию репутационной политики,
- особенности управления общественным мнением в различных сферах; эффекты воздействия СМИ на общественность; роль коммуникативных процессов в обществе
- теоретические подходы в области межкультурного менеджмента и особенностях общения в интернациональной среде
- методы принятия управленческих решений; основы стратегического менеджмента и планирования.
- принципы социального проектирования; стратегии реализации проектов; основные этапы их разработки и реализации.

Уметь:

- пользоваться методами и инструментами профилирования репутации нестандартных ситуациях, кризисного реагирования и кризисного предупреждений,
- применять полученные знания и компетенции в будущей профессиональной деятельности; анализировать процессы, происходящие в рекламе и СО
- оценивать текущую ситуацию с точки зрения особенностей местной деловой культуры
- объективно оценивать ситуацию в области рекламы и СО компании, видеть перспективы их развития; оперативно принимать решения и нести за них ответственность; вырабатывать нестандартные управленческие решения области рекламы и СО
- взаимодействовать с целевыми группами, формируя общественное мнение через групповое, межличностное общение и СМИ.

Владеть:

- навыками анализа и описания репутационных моделей, решения ситуаций репутационного кризиса
- навыками организации публичных мероприятий в различных сферах жизнедеятельности общества.
- современными технологиями межкультурного менеджмента, навыками делового общения в интернациональной среде
- набором технологий принятия решений, руководства процессами, навыками принятия решений на долгосрочную перспективу.
- навыками организации мероприятий, технологиями формирования точек зрения у аудитории, осуществления проектов и продвижения идей в сознание целевых групп

4. Общая трудоемкость дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы (108 часов)

5. Образовательные технологии

В ходе освоения дисциплины при проведении аудиторных занятий используются следующие образовательные технологии: лекции, семинары разных типов. Используются следующие интерактивные технологии: ролевые игры, блиц-игры по работе с учебными текстами, дебаты, ситуационные задачи, кейс-стади и др.

Министерство образования и науки РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф – Аннотация рабочей программы дисциплины		

При организации самостоятельной работы занятий используются следующие образовательные технологии: составление словаря профессиональных терминов; доклад; подготовка и представление эссе; создание учебной электронной презентации; составление плана и развернутого плана ответа на вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение и др.

6. Контроль успеваемости

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды текущего контроля: коллоквиум.

Промежуточная аттестация проводится в форме: зачет.