

федеральное государственное образовательное учреждение высшего
образования

«Мичуринский государственный аграрный университет»

Кафедра экономической безопасности и права

УТВЕРЖДЕНА
решением учебно-методического совета
та университета
(протокол от 23 мая 2024 г. № 9)

УТВЕРЖДАЮ
Председатель учебно-методического
совета университета
С.В. Соловьёв
23 мая 2024 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

РЕПУТАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ

Направление подготовки 38.03.06 Торговое дело

Направленность (профиль) Коммерческая деятельность в АПК

Квалификация бакалавр

1. Цели освоения дисциплины (модуля):

Целью освоения учебной дисциплины (модуля) «Репутационный менеджмент» является обеспечение коммуникативной подготовки обучающихся, формирование представления о сущности репутационного менеджмента как универсальной деятельности по изучению и проектированию репутационной политики, а также технологий создания и управления корпоративными репутациями как концепции управления изменениями посредством коммуникационных моделей.

При освоении данной дисциплины выбор профессиональных компетенций осуществляется на основе квалификационных требований для замещения должностей государственной гражданской и муниципальной службы согласно:

- «Справочнику квалификационных требований к специальностям, направлениям подготовки, знаниям и умениям, которые необходимы для замещения должностей государственной гражданской службы с учетом области и вида профессиональной служебной деятельности государственных гражданских служащих» область профессиональной служебной деятельности «Регулирование сельского хозяйства и ветеринарии», вид профессиональной служебной деятельности «Развитие сельских территорий»;

- «Справочнику типовых квалификационных требований для замещения должностей муниципальной службы» область профессиональной служебной деятельности «Обеспечение деятельности органа местного самоуправления», вид деятельности «Информационное обеспечение»;

- «Справочнику типовых квалификационных требований для замещения должностей муниципальной службы» область профессиональной служебной деятельности «Обеспечение деятельности органа местного самоуправления». Вид деятельности «Осуществление взаимодействия со средствами массовой информации, связи с общественностью».

2. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы:

Дисциплина Б1.В.05 входит в Блок 1. Дисциплины (модули) «Б1.В Обязательная часть» по направлению подготовки «Торговое дело».

Изучение данной дисциплины предполагает наличие базовых знаний, полученных ранее обучающимися в процессе освоения дисциплин: «Менеджмент», «Психология», «Прогнозирование социально-экономических процессов». В дальнейшем знания, умения и навыки, сформированные в процессе изучения дисциплины, выступят основным средством профессионального развития личности обучающегося и становления его профессиональной компетентности, а также будут реализованы при изучении дисциплин: «Деловые коммуникации в профессиональной деятельности», «Психотехнологии продажи товаров», «Конкурентоспособность коммерческих предприятий», прохождении производственной практики и написании выпускной квалификационной работы.

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

В результате изучения дисциплины (модуля) обучающийся должен освоить трудовые функции:

- Осуществление закупок для государственных, муниципальных и корпоративных нужд: составление планов и обоснование закупок.

В результате изучения дисциплины (модуля) обучающийся должен освоить трудовые действия: организация на стадии планирования закупок, консультаций с поставщика-

ми (подрядчиками, исполнителями) в целях определения состояний конкурентной среды на соответствующих рынках товаров, работ, услуг.

Процесс изучения дисциплины (модуля) направлен на формирование следующих компетенций:

Профессиональных компетенций:

ПК-2. Способен выбирать деловых партнеров, проводить с ними деловые переговоры, заключать договора и контролировать их выполнение.

Код и наименование универсальной компетенции	Код и наименование индикатора достижения универсальных компетенций	Критерии оценивания результатов обучения			
		низкий (допороговый, компетенция не сформирована)	пороговый	базовый	продвинутый
ПК-2. Способен выбирать деловых партнеров, проводить с ними деловые переговоры, заключать договора и контролировать их выполнение	ИД-1 _{ПК-2} – Анализирует деятельность деловых партнеров с целью заключения договоров	Анализирует деятельность деловых партнеров с целью заключения договоров на недостаточном уровне	Удовлетворительно анализирует деятельность деловых партнеров с целью заключения договоров	Хорошо анализирует деятельность деловых партнеров с целью заключения договоров	В полном объеме анализирует деятельность деловых партнеров с целью заключения договоров
	ИД-2 _{ПК-2} – Выбирает деловых партнеров и проводит с ними переговоры по заключению договоров	Не в состоянии выбирать деловых партнеров и проводит с ними переговоры по заключению договоров	Удовлетворительно выбирает деловых партнеров и проводит с ними переговоры по заключению договоров	Хорошо выбирает деловых партнеров и проводит с ними переговоры по заключению договоров	Отлично выбирает деловых партнеров и проводит с ними переговоры по заключению договоров
	ИД-3 _{ПК-2} – Заключает договора с учетом действующего законодательства в профессиональной деятельности и контролирует их выполнение	Не может заключать договора с учетом действующего законодательства в профессиональной деятельности и контролирует их выполнение	Удовлетворительно заключает договора с учетом действующего законодательства в профессиональной деятельности и контролирует их выполнение	Хорошо заключает договора с учетом действующего законодательства в профессиональной деятельности и контролирует их выполнение	В полном объеме заключает договора с учетом действующего законодательства в профессиональной деятельности и контролирует их выполнение

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен:

Знать:

- законодательство Российской Федерации, муниципальные правовые акты
- понятие информационной безопасности;
- порядок защиты информации, находящейся на персональных компьютерах и серверах локальной сети, от несанкционированного доступа, умышленного искажения и повреждения, восстановление данных;
- направления и приоритеты государственной политики в сфере агропромышленного комплекса;
- проблемы и перспективы развития агропромышленного комплекса Российской Федерации;
- проблемы и перспективы развития сельских территорий;
- понятие стратегии развития сельских территорий.

Уметь:

- вести разработку программ развития сельских территорий;
- вести учет информационных систем и проводить инвентаризации аппаратно-программных средств;
- осуществлять антивирусную защиту персональных компьютеров и локальной сети.

Владеть:

- методами оценки уровня удовлетворенности населения деятельностью органов местного самоуправления сельских территорий
- информационными и коммуникационными технологиями в обеспечении управления устойчивым развитием сельских территорий

3.1. Матрица соотнесения тем/разделов учебной дисциплины (модуля) и формируемых в них профессиональных компетенций

Темы, разделы дисциплины	ПК-2	Общее количество компетенций
1. Концептуальные основы репутационного менеджмента	+	1
2. Управление репутациями	+	1
3. Механизмы репутационного менеджмента	+	1
4. Управление общественным мнением в целях продвижения и закрепления репутационных технологий	+	1
5. Теоретическая и практическая разработка репутационных технологий	+	1
6. Прикладная технология репутационного менеджмента	+	1
7. Методы оценки корпоративного имиджа и репутации	+	1
8. Репутация и имидж в структуре коммуникативного пространства	+	1

4. Структура и содержание дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы - 108 ак. часов.

4.1. Объем дисциплины и виды учебной работы

Таблица 1 - Объем дисциплины и виды учебной работы

Вид занятий	Всего ак. часов		
	Очная форма обучения 4 семестр	Заочная форма обучения 2 курс	Очно-заочная форма обучения 4 семестр
Общая трудоемкость дисциплины	108	108	108
Контактная работа обучающихся с преподавателем	54	14	54
Аудиторные занятия, в т.ч.	54	14	54
лекции	18	6	18
практические занятия, всего	36	8	36
в том числе в форме практической подготовки	18	4	18
Самостоятельная работа, в т.ч.	54	90	54
выполнение контрольной работы обучающимися заочной формы обучения	-	20	-
проработка учебного материала по дисциплине (конспектов лекций, учебников, материалов сетевых ресурсов)	16	30	16
подготовка к практическим занятиям, коллоквиумам, защите реферата	16	30	16
выполнение разноуровневых задач и интерактивных индивидуальных заданий	16	5	16
подготовка к сдаче модуля (выполнение тренировочных тестов), зачета	6	5	6
Контроль	-	4	-
Вид итогового контроля	Зачёт	Зачет	Зачет

Содержание разделов учебной дисциплины

4.2. Лекции

№	Раздел дисциплины (модуля), темы лекций и их содержание	Объем в акад. часах			Формируемые компетенции
		Очная форма обучения	Заочная форма обучения	Очно-заочная форма обучения	
1.	Концептуальные основы репутационного менеджмента	2	1	2	ПК-2
2.	Управление репутациями	4	1	4	ПК-2
3.	Механизмы репутационного менеджмента	2	1	2	ПК-2
4.	Управление общественным мнением в целях продвижения и закрепления репутационных технологий	2	-	2	ПК-2
5.	Теоретическая и практическая разработка репутационных технологий	2	-	2	ПК-2
6.	Прикладная технология репутационного менеджмента	2	1	2	ПК-2
7.	Методы оценки корпоративного имиджа и репутации	2	1	2	ПК-2
8.	Репутация и имидж в структуре коммуникативного пространства	2	1	2	ПК-2
ИТОГО		18	6	18	

4.3. Практические занятия

№	Раздел дисциплины (модуля), темы лекций и их содержание	Объем в акад. часах			Формируемые компетенции
		Очная форма обучения	Заочная форма обучения	Очно-заочная форма обучения	
1.	Концептуальные основы репутационного менеджмента	4	1	4	ПК-2
2.	Управление репутациями	6	1	6	ПК-2
3.	Механизмы репутационного менеджмента	4	1	4	ПК-2
4.	Управление общественным мнением в целях продвижения и закрепления репутационных технологий	4	1	4	ПК-2
5.	Теоретическая и практическая разработка репутационных технологий (в форме практической подготовки)	4	1	4	ПК-2
6.	Прикладная технология репутационного менеджмента (в форме практической подготовки)	4	1	4	ПК-2
7.	Методы оценки корпоративного имиджа и репутации (в форме практической подготовки)	4	1	4	ПК-2
8.	Репутация и имидж в структуре коммуникативного пространства (в форме практической подготовки)	6	1	6	ПК-2
ИТОГО		36	8	36	

4.4 Лабораторные занятия не предусмотрены

4.5. Самостоятельная работа обучающихся

Раздел дисциплины	Вид СР	Очная форма обучения ак. час.	Очно-заочная форма обучения ак. час.	Заочная форма обучения ак. час.
Раздел 1. Концептуальные основы репутационного менеджмента	Теоретическая подготовка: изучение источниковой базы по разделу (конспектов лекций, учебников, материалов сетевых ресурсов)	4	6	4
	Подготовка к практическим занятиям, коллоквиумам, защите реферата	4	6	4

	Выполнение индивидуальных заданий (кейсов)	2	2	2
	Подготовка к выполнению модульного исследования (выполнение тренировочных тестов)	2	2	2
Раздел 2. Управление репутациями	Теоретическая подготовка: изучение источниковой базы по разделу (конспектов лекций, учебников, материалов сетевых ресурсов)	6	8	6
	Подготовка к практическим занятиям, коллоквиумам, защите реферата	4	4	4
	Выполнение индивидуальных заданий (кейсов)	4	4	4
	Подготовка к выполнению модульного исследования (выполнение тренировочных тестов)	4	4	4
Раздел 3. Механизмы репутационного менеджмента	Теоретическая подготовка: изучение источниковой базы по разделу (конспектов лекций, учебников, материалов сетевых ресурсов)	4	4	4
	Подготовка к практическим занятиям, коллоквиумам, защите реферата	4	4	4
	Выполнение индивидуальных заданий (кейсов)	2	2	2
	Подготовка к выполнению модульного исследования (выполнение тренировочных тестов)	2	2	2
Раздел 4. Управление общественным мнением в целях продвижения и закрепления репутационных технологий	Теоретическая подготовка: изучение источниковой базы по разделу (конспектов лекций, учебников, материалов сетевых ресурсов)	4	4	4
	Подготовка к практическим занятиям, коллоквиумам, защите реферата	4	4	4
	Выполнение индивидуальных заданий (кейсов)	2	2	2
	Подготовка к выполнению модульного исследования (выполнение тренировочных тестов)	2	2	2
Итого		54	60	54

Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы по дисциплине:

1.Короткова Г.В.. Методические рекомендации по выполнению самостоятельной работы по дисциплине «Репутационный менеджмент» для обучающихся очной и заочной форм обучения по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело – Мичуринск: Изд-во Мичуринский ГАУ, 2022.

4.6. Выполнение контрольной работы обучающимися заочной формы

Обучающиеся заочной формы обучения направления 38.03.06 Торговое дело выполняют контрольную работу в соответствии с учебным планом направления подготовки.

Контрольная работа выполняется на отдельных листах, которые должны быть пронумерованы и сброшюрованы. Текст должен быть только с одной стороны листа. Контрольная работа должна включать титульный лист, план, введение, основную часть, заключение и список использованной литературы (с указанием Интернет-ресурсов). На титульном листе следует указать название учебного заведения, кафедру, вариант работы, курс, группу, шифр, Ф.И.О. преподавателя. Желательно, чтобы работа была набрана на компьютере. Шрифт Times New Roman, кегль 14. Межстрочные интервалы – 1,5. В тексте необходимо иметь ссылки на источники. Ссылки на источники целесообразно приводить непосредственно в тексте с указанием порядкового номера работ, данных в списке литературы. Ссылку можно сделать подробную или краткую, оформить в квадратные скобки.

Составлению плана работы следует уделять самое серьезное внимание. План должен быть хорошо продуман. Основное назначение плана – обеспечить строгую логическую последовательность и взаимную увязку всех разделов контрольной работы. К контрольной работе нужно подходить как к небольшому самостоятельному научному исследованию.

Во введении следует обосновать актуальность темы, сформулировать цель работы и задачи, из нее вытекающие. Введение должно быть изложено кратко и точно, убедительно и конкретно. Объем введения 2–3 страницы.

В основной части работы содержание должно строиться в соответствии с планом. Объем основной части работы – приблизительно 20 страниц. В конце работы дается заключение или выводы. В заключении необходимо отразить главные выводы по каждому пункту плана. Объем заключения 1–2 страницы.

В конце, начиная с новой страницы, необходимо составить список литературы. В этот список включается вся учебная и научная литература по теме, которую обучающийся подобрал и изучил в процессе написания контрольной работы, а не только та, на которую имеются ссылки в тексте работы.

4.7. Содержание разделов дисциплины (модуля)

Тема 1. Концептуальные основы репутационного менеджмента

Социальный феномен и понятие репутации. Вопросы прошлого и настоящего в создании «добраго имени». Становление и развитие научного направления и учебной дисциплины.

Теоретическая и практическая разработка вопросов репутационных технологий. Виды репутации: индивидуальные репутации, коллективные репутации. Социально-психологический феномен репутации. Нематериальный актив корпоративной репутации и её ценность. Репутация как свойства и черты субъекта. Репутация как проявленные характеристики в практической деятельности субъекта. Репутация как оценка целевой аудитории. Особенности репутации. Проблема позиционирования корпоративной социальной ответственности. Деловая репутация и репутация, вырабатываемая в условиях неделовой обстановки. Репутация как компонент гудвилла ("goodwill").

Тема 2. Управление репутациями

Репутация как ресурс управления. Разработка репутационной политики организации. Определение репутационных характеристик и факторов, влияющих на процесс создания корпоративной репутации. Стратегия удачного конкурентного позиционирования корпоративной репутации: проблемы создания и развития. Корпоративная культура и её

значение в создании корпоративной репутации. Использование вторичных ассоциаций для улучшения корпоративной репутации. Корпоративная коммуникация и её роль в формировании репутации компании.

Кризис репутационной политики организации: причины появления и возможности разрешения. Антикризисная репутационная система управления: вопросы анализа ситуации и принятия антикризисных решений. Репутационная безопасность: технология разработки и реализации. Создание кризисной коммуникационной стратегии и её основные этапы: информационная реакция; беседа с журналистами; демонстрация сожаления. Коммуникационные стратегии защиты благоприятной репутации.

Тема 3. Механизмы репутационного менеджмента

Стратегический анализ и репутационный менеджмент. Репутация как средство повышения доверия к субъекту коммуникации. Заинтересованность и увеличение доверия как ключевые механизмы репутационного менеджмента. Репутация как средство интенсификации коммуникации между субъектом репутации и общественностью. Альтернативные подходы к управлению корпоративными репутациями. Основные факторы, влияющие на выбор данных подходов. Основные этапы оценки корпоративного имиджа и репутации.

Проблема изменения корпоративной репутации. Основные элементы стратегического менеджмента по изменению корпоративной репутации. Характеристика возможных моделей изменения корпоративной репутации. Программа корпоративного позиционирования: проблемы разработки и реализации.

Основные задачи управления по изменению корпоративной репутации.

Тема 4. Управление общественным мнением в целях продвижения и закрепления репутационных технологий

Управление процессами создания характеристик репутации у субъекта. Проблема установления взаимодействия с клиентурой. Структура оценки корпоративной репутации. Сравнительная оценка предпочтений корпоративной аудитории по вопросу конкурирующих репутаций. Идеальная организация и её репутационная оценка аудиторией.

Целевая корпоративная аудитория и анализ её различных групп. Анализ представлений различных групп корпоративной аудитории о репутационной характеристике корпорации. Проблема воздействия репутационных характеристик на целевую корпоративную аудиторию. Использование различных средств воздействия на целевую аудиторию: СМИ, психологический комплекс средств, комплекс средств убеждения и принуждения. СМИ как инструмент формирования репутации. Медиапланирование как средство повышения эффективности репутационного менеджмента и интенсификации взаимодействия с целевой аудиторией.

Тема 5. Теоретическая и практическая разработка репутационных технологий

Теоретический уровень разработки репутационных технологий: определение и применение общих и специальных социальных законов. Анализ и использование общих методов и принципов управленческой науки. Систематизация, классификация и технологии создания и упрочения корпоративной репутации.

Практический уровень разработки репутационных технологий: определение компонентов системы коммуникационного менеджмента и их внедрение применительно к конкретному случаю управления репутациями. Выработка алгоритма последовательности применения сочетаемости компонентов и других условий последовательного воздействия как на конкретного субъекта репутации, так и на целевую аудиторию. (Какие компоненты включаются? В какой последовательности?)

Тема 6. Прикладная технология репутационного менеджмента

Основные правила разработки прикладной технологии репутационного менеджмента. Диагностика и мониторинг целевых аудиторий. Особенности выборки целевой аудитории. Правило определения оптимальных характеристик субъективных репутации. Определение каналов взаимодействия между субъектами и общественностью. Определение способов воздействия на целевую аудиторию. Организация самого процесса воздействия. Систематический замер реакции аудитории на воздействие. Корректировка управляющего воздействия. Прекращение управляющих воздействий в случае приведения аудитории в ожидаемое состояние. Слежение за целевой аудиторией для обнаружения возможных отклонений в сторону от желаемого состояния и т.д.

Инструментарий коммуникационных стратегий защиты репутации и выработка антикризисного поведения субъекта. Возможные конкретные технологии поведения субъекта в условиях кризиса.

Тема 7. Методы оценки корпоративного имиджа и репутации

Проблема определения совокупного корпоративного имиджа и репутации. Использование качественных и количественных методов исследования при анализе конкретной ситуации. Качественная оценка корпоративной репутации со стороны корпоративной аудитории. Значение моральных качеств в процессе создания корпоративной репутации. Разновидности качественного анализа: управленческий самоанализ; углубленное интервьюирование; фокус-группы. Количественный анализ как метод описания корпоративной репутации. Основные методы количественного анализа. Абсолютные и относительные показатели положения организации и их значение для внешней корпоративной аудитории. Проблема соотношения качественных и количественных методов анализа корпоративной репутации и имиджа.

Тема 8. Репутация и имидж в структуре коммуникативного пространства

Психология восприятия прямой и косвенной имиджеформирующей информации. Знак имиджа: положительный или отрицательный? Виды имиджа: личностный и профессиональный. Элементы личностного имиджа: средовой, габитарный, вербальный, кинетический, овеществленный.

Понятие имиджа и репутации фирмы. Роль философии фирмы в создании ее образа в общественном мнении. Имидж и паблисити. Функции и основные компоненты корпоративного имиджа. Компоненты фирменного стиля. Методы создания корпоративных PR-обращений. Использование рекламы для создания имиджа фирмы.

Специфика технологий построения имиджа в бизнесе. Конструктивная поведенческая стратегия и эффективная поведенческая тактика в имидже бизнесмена. Деловая внешность, деловое общение и деловой этикет. Роль деловой риторики в создании бизнес-имиджа (техника ведения переговоров, искусство деловой полемики, личные и телефонные беседы и др.) Основные ошибки в построении делового имиджа.

Политический паблик рилейшнз и проблема создания имиджа в политике. Символизация политики и образы власти. Предвыборные технологии и проблема манипулирования общественным мнением. Коммуникативный заряд предвыборных обещаний. Типовые алгоритмы формирования политического имиджа. Политик как символ и актер. Имидж лидера на политическом и неполитическом фоне. Выбор модели поведения. Внешность лидера. Власть как «право на речь» (риторика власти). Типы речевого поведения лидеров различного типа (монархического, «харизматического», фашистского и т.д.). Построение образа лидера с помощью кинетических элементов.

Специфика имиджа в государственном управлении и дипломатии. Имидж в искусстве и шоу-бизнесе. Имидж в рекламе. Инструментарии личного контакта в различных

типах имиджа. Средства публик рилейшнз в методиках формирования различных типов имиджа.

5. Образовательные технологии

При изучении дисциплины используется инновационная образовательная технология на основе интеграции компетентностного и личностно-ориентированного подходов с элементами традиционного лекционно-семинарского и квазипрофессионального обучения с использованием интерактивных форм проведения занятий, исследовательской проектной деятельности и мультимедийных учебных материалов.

Вид учебной работы	Образовательные технологии
Лекции	Озвучивание лекций по теме, использование мультимедийных средств, раздаточный материал, презентации, реализация компетентностного подхода в обучении
Практические занятия	Деловые игры, разбор конкретных ситуаций из служебной деятельности, тестирование, выполнение групповых аудиторных заданий, индивидуальные доклады, рефераты, эссе, конференции, реализация компетентностного подхода в обучении
Самостоятельные работы	Проработка лекционного материала, работа с журналами и периодическими изданиями, выступление с докладами по выбранной теме, подготовка к модульному тестированию, подготовка к экзамену

6. Оценочные средства дисциплины (модуля)

Основными видами дисциплинарных оценочных средств при функционировании модульно-рейтинговой системы обучения являются: на стадии рубежного рейтинга, формируемого по результатам модульного компьютерного тестирования – тестовые задания; на стадии поощрительного рейтинга, формируемого по результатам написания и защиты рефератов по актуальной проблематике, оценки ответов обучающегося на коллоквиумах, на стадии промежуточного рейтинга, определяемого по результатам сдачи экзамена – теоретические вопросы, контролирующие теоретическое содержание учебного материала, и компетентностно-ориентированные задания, контролирующие практические навыки из различных видов профессиональной деятельности обучающегося по ОПОП данного направления, формируемые при изучении дисциплины.

Преподавание дисциплины предполагает также вовлечение обучающихся в научно-исследовательскую работу, написание ими рефератов, подготовка фиксированных выступлений на семинарах. Это дает возможность привить обучающимся научное историческое сознание, сформировать их гуманистическое мировоззрение, соответствующее общечеловеческим ценностям.

Организации учебного материала предполагает структуризацию материалов темы в соответствии с образовательными целями курса и конкретными учебными задачами отдельных лекций и семинарских занятий. Подбор разнообразных документов по темам: текстов документов, материалов личного происхождения, карт, биографических и статистических справок, портретов, произведений литературы и живописи. Использование максимально широкого комплекса образовательных и интеллектуальных технологий для организации творческой работы студентов, активизации их креативных усилий, создание диалоговой атмосферы в учебном процессе.

6.1. Паспорт фонда оценочных средств по дисциплине (модулю) «Репутационный менеджмент»

№ п/п	Контролируемые дидактические единицы	Контролируемые компетенции (или их части)	Оценочные средства	
1.	Концептуальные основы репутационного менеджмента	ПК-2	Тестовые задания Темы рефератов Вопросы для зачета	20 1 1
2.	Управление репутациями	ПК-2	Тестовые задания Темы рефератов Вопросы для зачета	20 2 3
3.	Механизмы репутационного менеджмента	ПК-2	Тестовые задания Темы рефератов Вопросы для зачета	20 2 3
4.	Управление общественным мнением в целях продвижения и закрепления репутационных технологий	ПК-2	Тестовые задания Темы рефератов Вопросы для зачета	20 2 3
5.	Теоретическая и практическая разработка репутационных технологий	ПК-2	Тестовые задания Темы рефератов Вопросы для зачета	20 2 3
6.	Прикладная технология репутационного менеджмента	ПК-2	Тестовые задания Темы рефератов Вопросы для зачета	20 2 3
7.	Методы оценки корпоративного имиджа и репутации	ПК-2	Тестовые задания Темы рефератов Вопросы для зачета	20 2 3
8.	Репутация и имидж в структуре коммуникативного пространства	ПК-2	Тестовые задания Темы рефератов Вопросы для зачета	20 2 3

6.2 Вопросы к зачету по дисциплине (модулю) «Репутационный менеджмент»

1. Концептуальные основы репутационного менеджмента как теоретическая и практическая разработка вопросов репутационных технологий (ПК-2).
2. Репутация как социальный феномен и понятие (ПК-2).
3. Основные внутренние составляющие репутации и их характеристика (ПК-2).
4. Особенности репутации (ПК-2).
5. Социально-психологический феномен репутации (ПК-2).
6. Характеристика основных видов репутации (ПК-2).
7. Проблема позиционирования корпоративной социальной ответственности: репутация как компонент гудвилла ("goodwill") (ПК-2).
8. Репутационная политика организации: определение репутационных характеристик и факторов, влияющих на процесс создания корпоративной репутации (ПК-2).
9. Проблемы создания и развития стратегии удачного конкурентного позиционирования корпоративной репутации (ПК-2).

10. Значение корпоративной культуры в создании корпоративной репутации (ПК-2).
11. Причины появления кризиса репутационной политики организации (ПК-2).
12. Характеристика антикризисной репутационной системы управления (ПК-2).
13. Технология разработки антикризисной коммуникационной стратегии и её основные этапы (ПК-2).
14. Ключевые механизмы репутационного менеджмента и их характеристика (ПК-2).
15. Характеристика альтернативных подходов к управлению корпоративными репутациями и основные факторы, влияющие на выбор данных подходов (ПК-2).
16. Основные этапы оценки корпоративного имиджа и репутации и их описание (ПК-2).
17. Проблема изменения корпоративной репутации и основные задачи стратегического менеджмента по изменению корпоративной репутации (ПК-2).
18. Характеристика возможных моделей изменения корпоративной репутации (ПК-2).
19. Программа корпоративного позиционирования: проблемы разработки и реализации (ПК-2).
20. Проблема установления взаимодействия с клиентурой: управление процессами создания характеристик репутации у субъекта (ПК-2).
21. Проблема воздействия репутационных характеристик на целевую корпоративную аудиторию (ПК-2).
22. Структура оценки корпоративной репутации: её основные элементы (ПК-2).
23. Анализ различных групп целевой корпоративной аудитории (ПК-2).
24. Основные средства воздействия на целевую аудиторию и их характеристика (ПК-2).
25. Медиапланирование как средство повышения эффективности репутационного менеджмента и интенсификации взаимодействия с целевой аудиторией (ПК-2).

6.3. Шкала оценочных средств

При функционировании модульно-рейтинговой системы обучения знания, умения и навыки, приобретаемые обучающимися в процессе изучения дисциплины, оцениваются в рейтинговых баллах. Учебная дисциплина имеет итоговый рейтинг -100 баллов, который складывается из рубежного (40 баллов), промежуточного – (50 баллов) и поощрительного рейтинга (10 баллов). Итоговая оценка знаний обучающегося по дисциплине определяется на основании перевода итогового рейтинга в 5-ти балльную шкалу с учетом соответствующих критериев оценивания.

Уровни освоения компетенций	Критерии оценивания	Оценочные средства (кол-во баллов)
Продвинутый (75 -100 баллов) «зачтено»	<ul style="list-style-type: none"> – полное знание учебного материала из разных разделов дисциплины с раскрытием сущности и области применения полученных знаний; –умение ясно, логично и грамотно излагать изученный материал, производить собственные размышления, делать умозаключения и выводы с добавлением комментариев, пояснений, обоснований; –грамотное владение методами при обработке различных данных, правильность расчетов и выводов с использованием статистических критериев адекватности, специальных шкал, мультипликативных и аддитивных факторных 	<ul style="list-style-type: none"> тестовые задания (30-40 баллов); реферат (разноуровневые задачи, коллоквиум) (7-10 баллов); вопросы к зачету, (22-30 баллов); компетентностно-ориентированное задание (16-20 баллов)

	<p>моделей и т.п. На этом уровне обучающийся способен творчески применять полученные знания путем самостоятельного конструирования способа деятельности, поиска новой информации.</p>	
<p>Базовый (50 -74 балла) – «зачтено»</p>	<p>–знание основных теоретических и методических положений по изученному материалу, указание правильной методики расчета большинства статистических показателей и их взаимосвязей; –умение собирать, систематизировать, анализировать и грамотно использовать практический материал для иллюстрации теоретических положений; –владение методиками анализа статистических данных, характеризующих явления и процессы на микро- и макро- уровне, с оценкой их уровня. На этом уровне обучающимся используется комбинирование известных алгоритмов и приемов деятельности, эвристическое мышление.</p>	<p>тестовые задания (20-29 баллов); реферат (разноуровневые задачи, коллоквиум) (5-6 баллов); вопросы к зачету, (16-21 балл); компетентностно-ориентированное задание (9-15 баллов)</p>
<p>Пороговый (35 - 49 баллов) – «зачтено»</p>	<p>–поверхностное знание основных теоретических и методических положений по изученному материалу; –умение осуществлять поиск информации по полученному заданию, сбор и частичный анализ данных при проведении конкретных статистических расчетов. На этом уровне обучающийся способен по памяти воспроизводить ранее усвоенную информацию и применять усвоенные алгоритмы деятельности для решения типовых (стандартных) задач.</p>	<p>тестовые задания (14-19 баллов); реферат (разноуровневые задачи, коллоквиум) (3-4 балла); вопросы к зачету, (10-15 баллов); компетентностно-ориентированное задание (8 баллов)</p>
<p>Низкий (допороговый) (компетенция не сформирована) (менее 35 баллов) –или «не зачтено»</p>	<p>–незнание терминологии дисциплины; приблизительное представление о предмете и методах дисциплины; отрывочное, без логической последовательности изложение информации, косвенным образом затрагивающей некоторые аспекты программного материала. На этом уровне обучающийся не способен самостоятельно, без помощи извне, воспроизводить и применять полученную информацию.</p>	<p>тестовые задания (0-13 баллов); реферат (разноуровневые задачи, коллоквиум) (0-2 балла); вопросы к зачету, (0-9 баллов); компетентностно-ориентированное задание (0-7 баллов)</p>

Все комплекты оценочных средств (контрольно-измерительных материалов), необходимых для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих

ющие этапы формирования компетенций в процессе освоения дисциплины (модуля) подробно представлены в документе «Фонд оценочных средств дисциплины (модуля)».

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля) «Репутационный менеджмент»:

7.1. Основная учебная литература

1. Сальникова, Л. С. Репутационный менеджмент. Современные подходы и технологии : учебник для академического бакалавриата / Л. С. Сальникова. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2020. — 295 с. — (Бакалавр. Академический курс). — Режим доступа: <https://www.biblio-online.ru/book/5A1FE4EC-D425-4A36-996B-3F7C12779529> - Загл. с экрана

2. Сальникова, Л. С. Репутационный менеджмент. Современные подходы и технологии : учебник для академического бакалавриата / Л. С. Сальникова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 305 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-08505-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/432025>

7.2. Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

<http://revolution.allbest.ru/>

<http://www.etiket.ws/>

http://window.edu.ru/window_catalog/pdf2txt?p_id=18328

<http://www.alleng.ru/d/manag/man130.htm>

<http://philosophic.hf-guap.ru/historical/ethics.html>

<http://tigf.org/Suschnostj-etiki-delovih-otnoshenij.html>

http://www.iteam.ru/publications/corporation/section_94/article_3431

7.3. Методические указания по освоению дисциплины (модуля)

1. Короткова Г.В. Методические рекомендации по выполнению самостоятельной работы по дисциплине «Основы репутационного менеджмента» для обучающихся очной и заочной форм обучения по направлению подготовки 38.03.04 «Государственное и муниципальное управление» — Мичуринск: Изд-во Мичуринский ГАУ, 2018.

7.4 Информационные и цифровые технологии (программное обеспечение, современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы)

Учебная дисциплина (модуль) предусматривает освоение информационных и цифровых технологий. Реализация цифровых технологий в образовательном пространстве является одной из важнейших целей образования, дающей возможность развивать конкурентоспособные качества обучающихся как будущих высококвалифицированных специалистов.

Цифровые технологии предусматривают развитие навыков эффективного решения задач профессионального, социального, личностного характера с использованием различных видов коммуникационных технологий. Освоение цифровых технологий в рамках данной дисциплины (модуля) ориентировано на способность безопасно и надлежащим образом получать доступ, управлять, интегрировать, обмениваться, оценивать и создавать

информацию с помощью цифровых устройств и сетевых технологий. Формирование цифровой компетентности предполагает работу с данными, владение инструментами для коммуникации.

7.4.1 Электронно-библиотечная системы и базы данных

1. ООО «ЭБС ЛАНЬ» (<https://e.lanbook.ru/>) (договор на оказание услуг от 10.03.2020 № ЭБ СУ 437/20/25 (Сетевая электронная библиотека)
2. Электронно-библиотечная система издательства «Лань» (<https://e.lanbook.ru/>) (договор на оказание услуг по предоставлению доступа к электронным изданиям ООО «Издательство Лань» от 03.04.2023 № 1)
3. Электронно-библиотечная система издательства «Лань» (<https://e.lanbook.ru/>) (договор на оказание услуг по предоставлению доступа к электронным изданиям ООО «Издательство Лань» от 06.04.2023 № 2)
4. База данных электронных информационных ресурсов ФГБНУ ЦНСХБ (договор по обеспечению доступа к электронным информационным ресурсам ФГБНУ ЦНСХБ через терминал удаленного доступа (ТУД ФГБНУ ЦНСХБ) от 07.04.2023 № б/н)
5. Электронно-библиотечная система «AgriLib» ФГБОУ ВО РГАЗУ (<http://ebs.rgazu.ru/>) (дополнительное соглашение на предоставление доступа от 13.04.2023 № б/н к Лицензионному договору от 04.07.2013 № 27)
6. Электронная библиотечная система «Национальный цифровой ресурс «Рукопт»: Коллекции «Базовый массив» и «Колос-с. Сельское хозяйство» (<https://rucont.ru/>) (договор на оказание услуг по предоставлению доступа от 04.04.2023 № 2702/бп22)
7. ООО «Электронное издательство ЮРАЙТ» (<https://urait.ru/>) (договор на оказание услуг по предоставлению доступа к образовательной платформе ООО «Электронное издательство ЮРАЙТ» от 06.04.2023 № 6)
8. Электронно-библиотечная система «Вернадский» (<https://vernadsky-lib.ru>) (договор на безвозмездное использование произведений от 26.03.2020 № 14/20/25)
9. База данных НЭБ «Национальная электронная библиотека» (<https://rusneb.ru/>) (договор о подключении к НЭБ и предоставлении доступа к объектам НЭБ от 01.08.2018 № 101/НЭБ/4712)
10. Соглашение о сотрудничестве по оказанию библиотечно-информационных и социокультурных услуг пользователям университета из числа инвалидов по зрению, слабовидящих, инвалидов других категорий с ограниченным доступом к информации, лиц, имеющих трудности с чтением плоскочечатного текста ТОГБУК «Тамбовская областная универсальная научная библиотека им. А.С. Пушкина» (<https://www.tambovlib.ru>) (соглашение о сотрудничестве от 16.09.2021 № б/н)

7.4.2. Информационные справочные системы

1. Справочная правовая система КонсультантПлюс (договор поставки и сопровождения экземпляров систем КонсультантПлюс от 03.02.2023 № 11481 /13900/ЭС)
2. Электронный периодический справочник «Система ГАРАНТ» (договор на услуги по сопровождению от 22.12.2022 № 194-01/2023)

7.4.3. Современные профессиональные базы данных

1. База данных нормативно-правовых актов информационно-образовательной программы «Росметод» (договор от 11.07.2022 № 530/2022)
2. База данных Научной электронной библиотеки eLIBRARY.RU – российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования - <https://elibrary.ru/>
3. Портал открытых данных Российской Федерации - <https://data.gov.ru/>
4. Открытые данные Федеральной службы государственной статистики - <https://rosstat.gov.ru/opendata>

7.4.4. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства

Наименование	Разработчик ПО (правообладатель)	Доступность (лицензионное, свободно распространяемое)	Ссылка на Единый реестр российских программ для ЭВМ и БД (при наличии)	Реквизиты подтверждающего документа (при наличии)
Microsoft Windows, Office Professional	Microsoft Corporation	Лицензионное	-	Лицензия от 04.06.2015 № 65291651 срок действия: бессрочно
Антивирусное программное обеспечение Kaspersky Endpoint Security для бизнеса	АО «Лаборатория Касперского» (Россия)	Лицензионное	https://reestr.digital.gov.ru/reestr/366574/?sphrase_id=415165	Сублицензионный договор с ООО «Софттекс» от 06.07.2022 № б/н, срок действия: с 22.11.2022 по 22.11.2023
МойОфис-Стандартный - Офисный пакет для работы с документами и почтой (myoffice.ru)	ООО «Новые облачные технологии» (Россия)	Лицензионное	https://reestr.digital.gov.ru/reestr/301631/?sphrase_id=2698444	Контракт с ООО «Рубикон» от 24.04.2019 № 0364100000819000012 срок действия: бессрочно
Программная система для обнаружения текстовых заимствований в учебных и научных работах «Антиплагиат ВУЗ» (https://docs.antiplagiat.ru)	АО «Антиплагиат» (Россия)	Лицензионное	https://reestr.digital.gov.ru/reestr/303350/?sphrase_id=2698186	Лицензионный договор с АО «Антиплагиат» от 23.05.2024 № 8151, срок действия: с 23.05.2024 по 22.05.2025
Acrobat Reader - просмотр документов PDF, DjVU	Adobe Systems	Свободно распространяемое	-	-
Foxit Reader - просмотр документов PDF,	Foxit Corporation	Свободно распространя-	-	-

	DjVU		емое	
--	------	--	------	--

7.4.5. Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

1. CDTOwiki: база знаний по цифровой трансформации <https://cdto.wiki/>

7.4.6. Цифровые инструменты, применяемые в образовательном процессе

1. LMS-платформа Moodle
2. Виртуальная доска Миро: miro.com
3. Виртуальная доска SBoard <https://sboard.online>
4. Облачные сервисы: Яндекс.Диск, Облако Mail.ru
5. Сервисы опросов: Яндекс Формы, MyQuiz
6. Сервисы видеосвязи: Яндекс телемост, Webinar.ru
7. Сервис совместной работы над проектами для небольших групп Trello <http://www.trello.com>

7.4.7. Цифровые технологии, применяемые при изучении дисциплины

	Цифровые технологии	Виды учебной работы, выполняемые с применением цифровой технологии	Формируемые компетенции
1.	Облачные технологии	Лекции Практические занятия	ПК-2. Способен выбирать деловых партнеров, проводить с ними деловые переговоры, заключать договора и контролировать их выполнение.

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

№ п/п	Наименование помещений и помещений	Оснащенность	Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа
1	Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа (г. Мичуринск, ул. Интернациональная, дом № 101, 2/32)	1. Жалюзи горизонтальные на три окна (инв. № 2101065486) 2. Интерактивная доска (инв. № 2101040205) 3. Системный комплект: процессор Intel Original LGA 1150, вентилятор Deercool THETA 21, материнская плата ASUS H81M-K<S-1150 iH, память DDR3 4 Gd, жесткий диск 500 Gb, корпус MAXcase H4403, блок питания Aerocool 350W (инв. № 21013400740) 4. Проектор Viewsonic PJD6243 DLP 3200 lumens	1. Microsoft Windows 7 (лицензия от 31.12.2013 № 49413124, бессрочно). 2. Microsoft Office 2010 (лицензия от 04.06.2015 № 65291658, бессрочно).

		XGA 3000:1 HDMI 3D 5. Наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий.	
2	Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации (лаборатория управления) (г. Мичуринск, ул. Интернациональная, д.101 - 1/304)	1. Компьютер Intel Original LG A775 Dual Core Монитор Samsung 19" (инв. № 2101045152, 2101045151, 2101045150, 2101045149, 2101045148, 2101045147, 2101045146, 2101045145, 2101045144, 2101045143, 2101045142, 2101045141, 2101045140, 2101045139, 2101045138) 2. Принтер HP-4-410 (инв. № 2101041251) 3. Компьютер P-3 (инв. № 1101042704) 4. Компьютер Samsung (инв. № 2101044042) 5. Компьютер Pentium Daew (инв. № 2101041257) 6. Принтер лазерный Canon LBP-6000 (инв. № 2101065426, 2101065397) 7. Принтер лазерный Canon LBP-1120 (инв. № 1101063883) 8. Концентратор (инв. № 2101061102) 9. Копировальный аппарат Canon (инв. № 2101041252) 10. Компьютер C-1000 (инв. № 1101042709, 1101042710, 1101042711, 1101042712, 1101042713) 11. Компьютер Samsung (инв. № 2101041255) Компьютерная техника подключена к сети «Интернет» и обеспечена доступом в ЭИОС университета.	1. Microsoft Windows 7 (лицензия от 31.12.2013 № 49413124, бессрочно). 2. Microsoft Office 2010 (лицензия от 04.06.2015 № 65291658, бессрочно). 3. Project Expert 7 (договор от 18.12.2012 № 0354/1П-06). 4. Audit Expert 4 Professional (договор от 18.12.2012 № 0354/1П-06). 5. Statistica Base 6 (договор от 12.01.2012 № 6/12/A) 6. Statistica Ultimate, контракт от 25.04.2016 №0364100000816000014, бессрочно; Statistica Ultimate, контракт от 05.05.2017 №0364100000817000006; Statistica Ultimate, контракт от 07.05.2018 №0364100000818000014). 7. Лицензионное ПО ИТС 1С: Предприятие 8.3z, ИТС 1С: Университет Проф (контракт от 19.04.2016 №0364100000816000015, срок действия 19.04.2017). 8. Лицензионное ПО ИТС 1С: Предприятие 8.3z, ИТС 1С: Университет Проф (контракт от 16.05.2017 №0364100000817000007, срок действия 07.11.2018). 9. Лицензионное ПО ИТС 1С: Предприятие 8.3z, ИТС 1С: Университет Проф (контракт от 05.06.2018 №0364100000818000016, срок действия 07.11.2019). 10. Программный комплекс «АСТ-Тест Plus» (лицензионный договор от 18.10.2016 № Л-21/16) 11. Система Консультант Плюс, договор от 10.03.2017 № 7844/13900/ЭС; Система Консультант Плюс, до-

			<p>говор от 20.02.2018 № 9012 /13900/ЭС; Система Консультант Плюс, договор от 01.11.2018 № 9447/13900/ЭС; Система Консультант Плюс, договор от 26.02.2019 № 9662/13900/ЭС. 12. Электронный периодический справочник «Система ГАРАНТ», договор от 27.12.2016 № 154-01/17; Электронный периодический справочник «Система ГАРАНТ», договор от 09.01.2018 № 194-01/2018СД; Электронный периодический справочник «Система ГАРАНТ», договор от 02.07.2018 № 194-02/2018СД.</p>
--	--	--	---

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению 38.03.06 Торговое дело, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации № 963 от 12.08.2020 г.

Автор(ы): профессор кафедры экономической безопасности и права к.ф.н..

Н.И.Руднева

Рецензент: Заведующий кафедрой экономики и коммерции, к.э.н.

О.В. Соколов

Программа рассмотрена на заседании кафедры экономической безопасности и права протокол № 11 от 21 июня 2021 г

Программа рассмотрена на заседании учебно-методической комиссии института экономики и управления Мичуринского ГАУ протокол №10 от «22» июня 2021 г.

Программа утверждена Решением Учебно-методического совета университета протокол №10 от 24 июня 2021 г.

Рабочая программа рассмотрена на заседании кафедры экономической безопасности и права, протокол № 9 от «18» апреля 2022 г.

Рабочая программа рассмотрена на заседании учебно-методической комиссии института экономики и управления, протокол № 8 от «19» апреля 2022 г.

Рабочая программа утверждена Решением Учебно-методического совета университета, протокол № 8 от «21» апреля 2022 г.

Рабочая программа переработана и дополнена в соответствии с требованиями ФГОС ВО. Рабочая программа рассмотрена на заседании кафедры экономики и коммерции, протокол № 10 от «1» июня 2023 г.

Программа рассмотрена на заседании учебно-методической комиссии института экономики и управления ФГБОУ ВО Мичуринский ГАУ. Протокол № 10 от «20» июня 2023 г.

Программа утверждена решением Учебно-методического совета университета протокол № 10 от 22 июня 2023 г.

Рабочая программа переработана и дополнена в соответствии с требованиями ФГОС ВО.

Рабочая программа рассмотрена на заседании кафедры экономической безопасности и права, протокол №11 от «6» мая 2024 г.

Рабочая программа рассмотрена на заседании учебно-методической комиссии института экономики и управления Мичуринского ГАУ, протокол № 9 от «21» мая 2024 г.

Рабочая программа утверждена Решением Учебно-методического совета университета, протокол № 9 от «23» мая 2024 г.

Оригинал документа хранится на кафедре экономики и коммерции