Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Максимов Алексей Борисович
Должность: директор департамента по образовательной политике
Дата подписания: 31.08.2023 14:58:14
Уникальный программный ключ:
8db180d1a3f02ac9e60521a672742735e18b1d0

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования

«МОСКОВСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ

Декан факультета

«Информационные технологии»

_____/Д.Г.Демидов/

«16» мая 2022

Рабочая программа дисциплины

«Управление репутацией в Интернет»

Направление подготовки:

09.03.01 Информатика и вычислительная техника

Образовательная программа (профиль):

«Веб-технологии»

Год начала обучения:

2022

Уровень образования:

Бакалавриат

Квалификация (степень) выпускника:

Бакалавр

Форма обучения:

очная

Москва, 2022

Рабочая программа дисциплины «Управление репутацией в Интернет» составлена в соответствии с федеральным образовательным стандартом высшего образования – бакалавриата по направлению подготовки 09.03.01 Информатика и вычислительная техника.

Заведующий кафедрой «Инфокогнитивные технологии»:



к.т.н., доцент /Е.А.Пухова /

Согласовано:

Руководитель образовательной программы:



_____ /М.В.Даньшина/

Программу составили:

_____ / _____/

_____ / _____ /

_____ / _____ /

_____ / _____ /

_____ / _____ /

1. Цели освоения дисциплины

К основным целям освоения дисциплины «Управление репутацией в Интернет» относится предоставить студентам необходимые знания для эффективного формирования, поддержки и управления репутацией, в том числе онлайн.

К основным задачам дисциплины «Управление репутацией в Интернет» относятся:

- познакомить с предпосылками возникновения репутационного менеджмента в системе коммуникационного менеджмента;
- выявить различия между имиджем и репутацией;
- развить умение построения коммуникационного поля и потоков компании;
- развить умение самостоятельно выбирать эффективную стратегию управления корпоративной репутацией;
- сформировать навык мониторинга коммуникационного окружения компании;
- изучить основные направления деятельности специалиста по связям с общественностью в интернете;
- изучить основные виды площадок;
- сформировать навык самостоятельной работы на Интернет площадках;
- развить умение выделять целевые аудитории и использовать каналы выхода на целевые аудитории;
- изучить особенности корпоративного сайта;
- развить умение самостоятельно выстраивать стратегию работы в интернете.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Управление репутацией в Интернет» относится к числу учебных обязательных дисциплин основной профессиональной образовательной программы.

Дисциплина взаимосвязана логически и содержательно-методически со следующими дисциплинами и практиками ОПОП:

- Реклама в Интернете;
- Веб-райтинг;
- Вероятностные основы веб-аналитики;
- Статистические методы веб-аналитики;
- Веб-аналитика;
- Интернет-маркетинг.

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

В результате освоения дисциплины у обучающихся формируются следующие компетенции и должны быть достигнуты следующие результаты обучения как этап формирования соответствующих компетенций.

Код компетенции	Наименование компетенции	Индикаторы планируемых результатов обучения по дисциплине
УК-2	Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	УК-2.1. Знать: методологические основы принятия управленческого решения.
ПК-1	Способен разрабатывать	ПК-1.2. Уметь:

	требования и проектировать программное обеспечение	проводить оценку и обоснование рекомендуемых решений; осуществлять коммуникации с заинтересованными сторонами.
ПК-4	Способен выполнять работы по созданию (модификации) и сопровождению ИС, автоматизирующих задачи организационного управления и бизнес-процессы	ПК-4.1. Знать: основы маркетинга, рекламы, связей с общественностью.

В процессе освоения образовательной программы данные компетенции, в том числе их отдельные компоненты, формируются поэтапно в ходе освоения обучающимися дисциплин (модулей), практик в соответствии с учебным планом и календарным графиком учебного процесса.

4. Структура и содержание дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных единицы, т.е. 72 академических часов (из них 36 часов – самостоятельная работа студентов).

Разделы дисциплины изучаются на втором курсе в третьем семестре, форма промежуточной аттестации - зачет.

Содержание дисциплины

№	Темы лабораторных работ
1	Разработка позиционирования и продвижения компании в сети Интернет *Цель*: изучение технологий позиционирования и продвижения компаний в сети Интернет, формирование навыка применять полученные знания на практике. *Содержание и порядок выполнения лабораторной работы*: • Подготовка к выполнению лабораторной работы – изучение теоретического и практического материала на примере других компаний, • Разработка стратегии позиционирования и продвижения для выбранной компании. *Результаты выполнения лабораторной работы*: • Стратегия позиционирования и продвижения выбранной компании.

2	Разработка позиционирования и продвижения персоны в сети Интернет *Цель*: изучение технологий формирования и продвижения персонального бренда в сети Интернет, формирование навыка применять полученные знания на практике. *Содержание и порядок выполнения лабораторной работы*: • Подготовка к выполнению лабораторной работы – изучение теоретического и практического материала на примере других персон (бизнесменов, предпринимателей, политиков), • Разработка стратегии позиционирования и продвижения для выбранного персонажа. *Результаты выполнения лабораторной работы*: • Стратегия позиционирования и продвижения выбранного персонажа.
3	Особенности продвижения и управления репутацией высокотехнологичных брендов и компаний в сети Интернет *Цель*: изучение технологий формирования имиджа и продвижения высокотехнологичных брендов и компаний в сети Интернет, формирование навыка применять полученные знания на практике. *Содержание и порядок выполнения лабораторной работы*: • Подготовка к выполнению лабораторной работы – изучение теоретического и практического материала на примере высокотехнологичных проектов и отраслей. • Выездное занятие/встреча с представителями технологичных проектов и компаний, государственных институтов развития и/или технопарков (Сколково и т.д.) • Разработка стратегии позиционирования и продвижения для выбранного проекта. *Результаты выполнения лабораторной работы*: • Стратегия позиционирования и продвижения высокотехнологичного проекта/компании.
4	Разработка антикризисной PR-кампании в сети Интернет *Цель*: изучение технологий антикризисного PR и онлайн и офф-лайн пространстве, формирование навыка применять полученные знания на практике. *Содержание и порядок выполнения лабораторной работы*: • Подготовка к выполнению лабораторной работы – изучение теоретического и практического материала на примере проведенных антикризисных PR-кампаний • Разработка собственного варианта решения кризисной ситуации, с использованием сети Интернет. *Результаты выполнения лабораторной работы*: • Стратегия антикризисной PR-кампании в сети Интернет
5	Разработка стратегии продвижения и управления репутацией стартапов в сети Интернет *Цель*: изучение технологий продвижения и управления репутацией стартапов в сети Интернет, формирование навыка применять полученные знания на практике. *Содержание и порядок выполнения лабораторной работы*: • Подготовка к выполнению лабораторной работы – изучение теоретического и

	практического материала, • Встреча с представителями стартапов/акселератора • Разработка собственного варианта стратегии продвижения и управления репутацией стартапов с использованием сети Интернет. *Результаты выполнения лабораторной работы*: • Стратегия продвижения и управления репутацией стартапов в сети Интернет

5. Образовательные технологии

Методика преподавания дисциплины «Управление репутацией в Интернет» и реализация компетентностного подхода в изложении и восприятии материала предусматривает использование следующих активных и интерактивных форм проведения групповых, индивидуальных, аудиторных занятий в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития профессиональных навыков у обучающихся:

- выполнение и защита лабораторных работ;
- индивидуальные и групповые консультации студентов преподавателем;
- посещение профильных конференций и работа на мастер-классах экспертов и специалистов в веб-технологиях, веб-разработке, Интернет-маркетинге и других профессиональных областях.

Самостоятельная внеаудиторная работа студентов состоит из подготовки к выполнению и защите лабораторных работ, частичного выполнения заданий лабораторных работ (поиск, подготовка и обработка информации, составление итоговых документов и т.п.), а также подготовки к промежуточной аттестации во время экзаменационной сессии.

6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов

В процессе обучения используются следующие оценочные формы самостоятельной работы студентов, оценочные средства текущего контроля успеваемости и промежуточных аттестаций:

- выполнение лабораторных работ, зачет.

6.1. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине «Управление репутацией в Интернет»

Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы.

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

Код компетенции	В результате освоения образовательной программы обучающийся должен обладать
УК-2	Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений
ПК-1	Способен разрабатывать требования и проектировать программное обеспечение
ПК-4	Способен выполнять работы по созданию (модификации) и сопровождению ИС, автоматизирующих задачи организационного управления и бизнес-процессы

В процессе освоения образовательной программы данные компетенции, в том числе их отдельные компоненты, формируются поэтапно в ходе освоения обучающимися дисциплины в соответствии с учебным планом и календарным графиком учебного процесса.

6.1.1. Описание показателей и критериев оценивания компетенций, формируемых по итогам освоения дисциплины, описание шкал оценивания

Показателем оценивания компетенций на различных этапах их формирования является достижение обучающимися планируемых результатов обучения по дисциплине.

Показатель	Критерии оценивания			
	2	3	4	5
УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений				
УК-2.1. Знать: методологические основы принятия управленческого решения.	Обучающийся демонстрирует полное отсутствие или недостаточное соответствие материалу дисциплины знаний, указанных в индикаторах компетенций дисциплины «Знать» (см. п. 3).	Обучающийся демонстрирует неполное соответствие следующих знаний, указанных в индикаторах компетенций дисциплины «Знать» (см. п. 3). Допускаются значительные ошибки, проявляется недостаточность знаний, по ряду показателей, обучающийся испытывает значительные затруднения при оперировании знаниями при их переносе на новые ситуации.	Обучающийся демонстрирует частичное соответствие следующих знаний, указанных в индикаторах компетенций дисциплины «Знать» (см. п. 3). Но допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения при аналитических операциях.	Обучающийся демонстрирует полное соответствие следующих знаний, указанных в индикаторах компетенций дисциплины «Знать» (см. п. 3). Свободно оперирует приобретенными знаниями.
ПК-1**.** Способен разрабатывать требования и проектировать программное обеспечение				
ПК-1.2. Уметь: проводить оценку и обоснование рекомендуемых решений; осуществлять коммуникации с заинтересованными сторонами.	Обучающийся демонстрирует полное отсутствие или недостаточное соответствие материалу дисциплины	Обучающийся демонстрирует неполное соответствие следующих знаний, указанных в индикаторах компетенций	Обучающийся демонстрирует частичное соответствие следующих знаний, указанных в индикаторах компетенций	Обучающийся демонстрирует полное соответствие следующих знаний, указанных в индикаторах компетенций

	знаний, указанных в индикаторах компетенций дисциплины «Знать» (см. п. 3).	дисциплины «Знать» (см. п. 3). Допускаются значительные ошибки, проявляется недостаточность знаний, по ряду показателей, обучающийся испытывает значительные затруднения при оперировании знаниями при их переносе на новые ситуации.	дисциплины «Знать» (см. п. 3). Но допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения при аналитических операциях.	дисциплины «Знать» (см. п. 3). Свободно оперирует приобретенными знаниями.
ПК-4. Способен выполнять работы по созданию (модификации) и сопровождению ИС, автоматизирующих задачи организационного управления и бизнес-процессы				
ПК-4.1. Знать: основы маркетинга, рекламы, связей с общественностью.	Обучающийся демонстрирует полное отсутствие или недостаточное соответствие материалу дисциплины знаний, указанных в индикаторах компетенций дисциплины «Знать» (см. п. 3).	Обучающийся демонстрирует неполное соответствие следующих знаний, указанных в индикаторах компетенций дисциплины «Знать» (см. п. 3). Допускаются значительные ошибки, проявляется недостаточность знаний, по ряду показателей, обучающийся испытывает значительные затруднения при оперировании знаниями при	Обучающийся демонстрирует частичное соответствие следующих знаний, указанных в индикаторах компетенций дисциплины «Знать» (см. п. 3). Но допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения при аналитических операциях.	Обучающийся демонстрирует полное соответствие следующих знаний, указанных в индикаторах компетенций дисциплины «Знать» (см. п. 3). Свободно оперирует приобретенными знаниями.

		их переносе на новые ситуации.		

Шкала оценивания результатов промежуточной аттестации и её описание:

Форма промежуточной аттестации: зачёт.

Промежуточная аттестация обучающихся в форме зачёта проводится по результатам выполнения всех видов учебной работы, предусмотренных учебным планом по данной дисциплине (модулю), при этом учитываются результаты текущего контроля успеваемости в течение семестра. Оценка степени достижения обучающимися планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю) проводится преподавателем, ведущим занятия по дисциплине (модулю) методом экспертной оценки. По итогам промежуточной аттестации по дисциплине (модулю) выставляется оценка «зачтено» или «не зачтено».

К промежуточной аттестации допускаются только студенты, выполнившие все виды учебной работы, предусмотренные рабочей программой по дисциплине – выполнение и защита Лабораторных работ согласно полученному заданию с достижением порогового значения оценки.

Шкала оценивания	**Описание**
Зачтено	Достигнуты пороговые значения для формируемых на момент проведения аттестации уровней компетенций. Выполнены все виды учебной работы, предусмотренные учебным планом. Студент демонстрирует соответствие знаний, умений, навыков приведенным в таблицах показателей, оперирует приобретенными знаниями, умениями, навыками, применяет их в ситуациях повышенной сложности. При этом могут быть допущены незначительные ошибки, неточности, затруднения при аналитических операциях, переносе знаний и умений на новые, нестандартные ситуации.
Не зачтено	Не достигнуто пороговое значение хотя бы для одного уровня формируемых на момент проведения аттестации компетенций. Не выполнен один или более видов учебной работы, предусмотренных учебным планом. Студент демонстрирует неполное соответствие знаний, умений, навыков приведенным в таблицах показателей, допускаются значительные ошибки, проявляется отсутствие знаний, умений, навыков по ряду показателей, студент испытывает значительные затруднения при оперировании знаниями и умениями при их переносе на новые ситуации.

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

7.1. Основная литература

1. Сальникова, Л. С. Репутационный менеджмент. Современные подходы и технологии : учебник для вузов / Л. С. Сальникова. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 313 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14592-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/510833

2. Домнин, В. Н. Брендинг : учебник и практикум для вузов / В. Н. Домнин. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 493 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13539-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/511517

3. Пономарёва, Е. А. Бренд-менеджмент : учебник и практикум для вузов / Е. А. Пономарёва. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 341 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9046-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/511493

7.2. Дополнительная литература

1. Семенова, Л. М. Профессиональный имиджбилдинг на рынке труда : учебник и практикум для вузов / Л. М. Семенова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 243 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11387-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/517497

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

8.1 Требования к оборудованию и помещению для занятий

Лабораторные работы должны проводиться в специализированных аудиториях с комплектом мультимедийного оборудования и/или доской для записей материалов. Число рабочих мест в аудитории должно быть достаточным для обеспечения индивидуальной работы студентов.

Помещения для лабораторных работ **или** для самостоятельной работы студентов должны быть оснащены современной оргтехникой и персональными компьютерами с программным обеспечением в соответствии с тематикой изучаемого материала.

8.2 Требования к программному обеспечению

Для выполнения лабораторных работ в рамках самостоятельной работы необходимо следующее программное обеспечение:

1. Microsoft Windows.
2. Офисные приложения, Microsoft Office.
3. Веб-браузер, Chrome.

9. Методические рекомендации для самостоятельной работы студентов

Изучение дисциплины осуществляется в строгом соответствии с целевой установкой в тесной взаимосвязи учебным планом. Основой теоретической подготовки студентов являются аудиторные занятия, лабораторные работы.

В процессе самостоятельной работы студенты закрепляют и углубляют знания, полученные во время аудиторных занятий, дорабатывают конспекты и записи, готовятся к проведению и обрабатывают результаты лабораторных работ, готовятся к промежуточной аттестации, а также самостоятельно изучают отдельные темы учебной программы.

На занятиях студентов, в том числе предполагающих практическую деятельность, осуществляется закрепление полученных, в том числе и в процессе самостоятельной работы, знаний. Особое внимание обращается на развитие умений и навыков установления связи положений теории с профессиональной деятельностью будущего специалиста в области Веб-технологий.

Самостоятельная работа осуществляется индивидуально. Контроль самостоятельной работы организуется в двух формах:

- самоконтроль и самооценка студента;
- контроль со стороны преподавателей (текущий и промежуточный).

Текущий контроль осуществляется на аудиторных занятиях, промежуточный контроль осуществляется на зачете в письменной (устной) форме.

Критериями оценки результатов самостоятельной работы студента являются:

- уровень освоения студентом учебного материала;
- умения студента использовать теоретические знания при выполнении практических задач;
- сформированность компетенций;
- оформление материала в соответствии с требованиями.

10. Методические рекомендации для преподавателя

1. При подготовке к занятиям следует предварительно проработать материал занятия, предусмотрев его подачу точно в отведенное для этого время занятия. Следует подготовить необходимые материалы – теоретические сведения, задачи и др. При проведении занятия следует контролировать подачу материала и решение заданий с учетом учебного времени, отведенного для занятия.

2. При проверке работ и отчетов следует учитывать не только правильность выполнения заданий, но и оптимальность выбранных методов решения, правильность выполнения всех его шагов.

Приложение 1

Структура и содержание дисциплины «Управление репутацией в Интернет»
Направление подготовки: 09.03.01 «Информатика и вычислительная техника»
Профиль подготовки Веб-технологии (Бакалавр)

№	Раздел	Семестр	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов, и трудоемкость в часах					Виды самостоятельной работы студентов					Формы аттестации	
				Л	П/С	Лаб	СРС	КСР	К.Р.	К.П.	РГР	Реферат	К/р	Э	З
1	Л/р №1 «Разработка позиционирования и продвижения компании в сети Интернет»	3	1-3		8		8								
2	Л/р №2 «Разработка позиционирования и продвижения персоны в сети Интернет»	3	4-6		8		8								
3	Л/р №3 «Особенности продвижения и управления репутацией высокотехнологичных брендов и компаний в сети Интернет»	3	7-9		8		8								
4	Л/р №4 «Разработка антикризисной PR-кампании в сети Интернет»	3	10-12		8		8								
5	Л/р №5 «Разработка стратегии продвижения и управления репутацией стартапов в сети Интернет»	3	13-15		4		4								
	Форма аттестации		**16-17**												**З**
	Всего часов по дисциплине				**36**		**36**								

Приложение 2

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«МОСКОВСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(МОСКОВСКИЙ ПОЛИТЕХ)

Направление подготовки 09.03.01 Информатика и вычислительная техника
профиль подготовки «Веб-технологии»
Форма обучения: очная

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Управление репутацией в Интернет

Состав:

1. **Показатель уровня сформированности компетенций.**
2. **Перечень оценочных средств.**
3. **Вопросы для зачета.**
4. **Типовое практическое задание.**

Москва, 2022 год

1. ПОКАЗАТЕЛЬ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ

«Управление репутацией в Интернет»					
ФГОС ВО 09.03.01 «Информатика и вычислительная техника» профиль подготовки «**Веб-технологии»**					
В процессе освоения данной дисциплины студент формирует и демонстрирует следующие **общепрофессиональные компетенции**:					
Компетенции		**Перечень компонентов**	**Технология формирования компетенций**	**Форма оценочного средства****	**Степени уровней освоения компетенций**
Индекс	**Индекс**				
УК-2	Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	УК-2.1. Знать: методологические основы принятия управленческого решения.	Лабораторные работы, самостоятельная работа	УО П Зачет	**БАЗОВЫЙ УРОВЕНЬ:** способность выполнять полученное задание, применяя полученные знание и умения на практике, владеть соответствующими индикаторами компетенции при выполнении задания. **ПРОДВИНУТЫЙ УРОВЕНЬ:** способность выполнять полученное задание и решать самостоятельно сформированные задачи, применяя полученные знание и умения на практике.
ПК-1	Способен разрабатывать требования и проектировать программное обеспечение	ПК-1.2. Уметь: проводить оценку и обоснование рекомендуемых решений; осуществлять коммуникации с заинтересованными сторонами.			

ПК-4	Способен выполнять работы по созданию (модификации) и сопровождению ИС, автоматизирующих задачи организационного управления и бизнес-процессы	ПК-4.1. Знать: основы маркетинга, рекламы, связей с общественностью.			Уверенно владеть соответствующими индикаторами компетенции при выполнении задания, комбинировать их между собой и с индикаторами других компетенций для достижения проектных результатов.

**- Сокращения форм оценочных средств см. в приложении 2 к РП.

2. ПЕРЕЧЕНЬ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

№ ОС	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Представление оценочного средства в ФОС
1	Устный опрос / собеседование, (УО)	Средство контроля, организованное как презентация обучающимся результатов выполнения Курсового проекта с демонстрацией наглядных материалов и ответов на вопросы педагогических работников (работника) на тему доклада, теме, проблеме и т.п.	Контрольные вопросы
2	Проект (П)	Конечный продукт, получаемый в результате планирования и выполнения комплекса учебных и исследовательских заданий. Позволяет оценить умения обучающихся самостоятельно конструировать свои знания в процессе решения практических задач и проблем, ориентироваться в информационном пространстве и уровень сформированности аналитических, исследовательских навыков, навыков практического и творческого мышления. Может выполняться в индивидуальном порядке или группой обучающихся.	Типовое практическое задание

3. ВОПРОСЫ ДЛЯ ЗАЧЕТА

1. Основные подходы к пониманию имиджа в современной науке.

2. Имиджевая и репутационная коммуникация: единство и различие.

3. Имиджелогия и репутациология как основы управления имиджем и репутацией: теоретические и технологические задачи

4. Почему сегодня создание позитивного имиджа для любого социального субъекта является делом первостепенной важности?

5. Правомерно ли, с точки зрения PR-специалиста, полагать понятия имиджа"' и образа тождественными?

6. Что является главной функцией имиджа?

7. Имиджевая и репутационная коммуникация

8. Имиджевая коммуникация, ее структура и функции. Объект имиджа

9. Структура и содержание, стратегии и тактики процесса управления формированием объектным имиджем организации

10. Объектный имидж организации: сущность и виды, структура и функции.

11. Теоретические и технологические задачи имиджелогия и репутациология как основы управления имиджем и репутацией. Имидж и репутация как объекты междисциплинарного изучения.

12. Структурно-функциональное единство и структурно-функциональное различие имиджа и репутации. Связь имиджа и репутации с брендом как их аналогом в маркетинговых коммуникациях.

13. Управление культурой и коммуникацией современного предприятия. Символический капитал современного предприятия. Имидж и репутация как символический ресурс современного предприятия.

14. Совокупный имидж предприятия. Понятие «совокупный имидж предприятия», его структурно-функциональная организация.

15. Функционально- коммуникативная структура имиджа. Целевой (стратегический), субъектный и объектный аспекты совокупного имиджа предприятия.

16. Структура управления совокупным имиджем предприятия. Имидж и репутация как управляемые информационные системы.

17. Содержание и направленность стратегического и тактического уровней управления совокупным имиджем предприятия, его связь с управление культурой предприятия.

18. Корпоративная индивидуальность предприятия и его целевой имидж. Понятие и статус целевого имиджа предприятия, его связь с культурой и коммуникативной политикой предприятия.

19. Коммуникативные формы целевого имиджа для внутренних и внешних аудиторий. Понятие вербального имиджа предприятия (миссия и имидж-легенда предприятия) и визуального имиджа предприятия (название предприятия, слоган и логотип).

20. Сущность, структура и функции субъектного имиджа предприятия (имидж лидера, имидж персонала, имидж чиновника, имидж потребителя товаров и услуг предприятия)

21. Создание имиджа руководителя предприятия. Структура имиджа лидера, его индивидуальный имидж (личный и публичный имидж)

22. Вербальный и визуальный (габитарный и кинетический) имидж руководителя предприятия. Руководитель предприятия как имиджмейкер и создатель значений (смыслов) организации для коммуникации с внутренними и внешними аудиториями.

23. Объектный имиджа предприятия: структура и функции. Сущность и виды объектного имиджа предприятия.

24. Внутренний и внешний объектный имидж предприятия. Факторы формирования внутреннего (предметно-средового) объектного имиджа предприятия.

25. Персонификация и визуализация как технологии создания объектного имиджа предприятия.

26. Факторы формирования внешнего (фирменного стиля) объектного имиджа предприятия

27. Управление репутацией предприятия: структура и функции. Формула репутации.

28. Понятие репутационной стратегии предприятия. Социальные технологии, цели и задачи репутационного менеджмента с учетом специфики предприятия

29. Содержание, структура и технологии управления репутацией предприятия. Задачи и инструментарий диагностического, креативного, моделирующего и организационного этапов управления репутацией

30. Бизнес–имидж и деловая репутация предприятия.

31. Репутация как источник конкурентных преимуществ и авторитета предприятия в восприятии нормативных аудиторий.

32. Социальный имидж и социальная репутация предприятия. Деловая репутация как объект социального управления.

33. Уровень социальной ответственности как конкурентное преимущество современного предприятия на основе частных инвестиций.

34. Понятие социальной репутации. Выработка и применение стратегии социально- ответственного поведения, определение приоритетов социальной политики предприятия.

35. Отличие спонсорства от рекламы.

36. Коммуникативные формы социальной репутации.

37. Субъектный имидж и персональная репутация руководителя предприятия стратегии

38. Понятие индивидуального социального имиджа и персональной репутации.

39. Репутация как форма самопрезентеции личности. Персональные коммуникации в репутационной активности личности.

40. Управление персональной репутацией руководителя предприятия.

41. Содержание, структура и технологии управления персональной репутацией лидера. Задачи и инструментарий этапов управления персональной

репутацией - позиционирование информационного статуса руководителя предприятия.

42. Понятие репутационного статуса компании.
43. Внутренние и внешние условия формирования репутации.
44. Позиционирование в структуре формирования репутации.
45. Общественность как объект управления репутацией
46. Параметры корпоративной репутации.
47. Роль рекламы в создании имиджа.
48. Виды имиджа.
49. Управление репутацией с помощью агентов влияния.
50. Управление репутацией в соц. сетях.

4. ТИПОВОЕ ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ

Предложите стратегию управления репутацией для заданного интернет-сайта. Исследуйте его репутацию в Интернет, предложите методику ее улучшения. Оцените возможность целенаправленного негативного воздействия (атаки конкурентов через заказные отзывы).