Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Максимов Алексей Борисович
Должность: директор департамента по образовательной политике
Дата подписания: 24.10.2023 13:00:57
Уникальный программный ключ:
8db180d1a3f02ac9e60521a5672742735c18b1d6

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«МОСКОВСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Факультет информационных технологий

УТВЕРЖДЕНО
Декан факультета
Информационных технологий
_____ / Д.Г. Демидов /
«16» ____02_____ 2023 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«Управление репутацией в Интернет»

Направление подготовки
09.03.01 Информатика и вычислительная техника

Профиль
«Веб-технологии»

Квалификация
Бакалавр

Формы обучения
очная

Москва, 2023 г.

Разработчик(и):

ст.преподаватель / Е.А. Шукалова /

Согласовано:
Заведующий кафедрой «Инфокогнитивные технологии»,



к.т.н., доцент / Е.А. Пухова /

Содержание

1 Цели, задачи и планируемые результаты обучения по дисциплине 4
2 Место дисциплины в структуре образовательной программы 5
3 Структура и содержание дисциплины 5
3.1 Виды учебной работы и трудоемкость 6
3.2 Тематический план изучения дисциплины 7
3.3 Содержание дисциплины 7
4 Учебно-методическое и информационное обеспечение 9
4.1 Основная литература 9
4.2 Дополнительная литература 10
5 Материально-техническое обеспечение 10
6 Методические рекомендации 11
6.1 Методические рекомендации для преподавателя по организации обучения 11
6.2 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины 11
7 Фонд оценочных средств 11
7.1 Методы контроля и оценивания результатов обучения 11
7.2 Шкала и критерии оценивания результатов обучения 14
7.3 Оценочные средства 15
7.3.1 Вопросы для зачета 15
7..3.2 Типовое практическое задание 18

1 Цели, задачи и планируемые результаты обучения по дисциплине

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.

Обучение по дисциплине «Управление репутацией в Интернет» направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

Код и наименование компетенций	**Индикаторы достижения компетенции**
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	ИУК-2.1.Формулирует совокупность задач в рамках поставленной цели проекта, решение которых обеспечивает ее достижение ИУК-2.2. Определяет связи между поставленными задачами, основными компонентами проекта и ожидаемыми результатами его реализации ИУК-2.3. Выбирает оптимальные способы планирования, распределения зон ответственности, решения задач, анализа результатов с учетом действующих правовых норм, имеющихся условий, ресурсов и ограничений, возможностей использования

ПК-1. Способен выполнять работы по созданию (модификации) и сопровождению ИС, автоматизирующих задачи организационного управления и бизнес-процессы	ИПК-1.1 Знает: методологию и технологии проектирования информационных систем; проектирование обеспечивающих подсистем; приемы программирования приложений. ИПК-1.3. Владеет: навыками работы с web - технологиям и программировать.
ПК-3. Способен разрабатывать требования и проектировать программное обеспечение	ИПК-3.2. Уметь: проводить оценку и обоснование рекомендуемых решений.
ПК-4. Способен проводить работы по интеграции программных модулей и компонент, и проверку работоспособности выпусков программных продуктов	ИПК-4.1. Знает: основные способы верстки web-страниц, современные языки разметки; ИПК-4.3. Владеет: навыками использования языка разметки гипертекста с языками программирования; навыками работы с веб-технологиями и программирования.

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.

2 Место дисциплины в структуре образовательной программы

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 Структура и содержание дисциплины

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

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

3.1 Виды учебной работы и трудоемкость (по формам обучения)

3.1.1 Очная форма обучения

№ п/п	Вид учебной работы	Количество часов	Семестры	
			3	
1	**Аудиторные занятия**	**36**	36	
	В том числе:			
1.1	Лекции	4	4	
1.2	Семинарские/практические занятия	32	32	
1.3	Лабораторные занятия			
2	**Самостоятельная работа**	**36**	36	
3	**Промежуточная аттестация**			
	Зачёт		зачет	
	Итого:	**72**	72	

3.2 Тематический план изучения дисциплины (по формам обучения)

3.2.1 Очная форма обучения

№ п/п	Разделы/темы дисциплины	Трудоемкость, час					
		Всего	Аудиторная работа				Самостоятельная работа
			Лекции	Семинарские/ практические занятия	Лабораторные занятия	Практическая подготовка	
1	Тема 1. Позиционирование и продвижение компании в сети Интернет	16	2	6			8
2	Тема 2. Позиционирование и продвижение персоны в сети Интернет	14		6			8
3	Тема 3. Продвижение и управление репутацией высокотехнологичных брендов и компаний в сети Интернет	16		8			8
4	Тема 4. Антикризисный PR-кампании в сети Интернет	16		8			8
5	Тема 5. Стратегия продвижения и управления репутацией стартапов в сети Интернет	10	2	4			4
Итого		**72**	**4**	**32**			**36**

3.3 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

4 Учебно-методическое и информационное обеспечение

4.1 Нормативные документы и ГОСТы

1. Федеральный закон от 29 декабря 2012 года № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» (с изменениями и дополнениями);

2. Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 09.03.01 Информатика и вычислительная техника, утвержденный Приказом Министерства образования и науки РФ от 19 сентября 2017 г. N 929 "Об утверждении федерального… Редакция с изменениями N 1456 от 26.11.2020

3. Приказ Министерства образования и науки РФ от 05 апреля 2017 г. № 301 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры;

4. Порядок проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры, утвержденный приказом Минобрнауки России от 29 июня 2015 г. № 636;

5. Положение о практической подготовке обучающихся, утвержденное приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации и Министерства просвещения Российской Федерации от 5 августа 2020 г. № 885/390.

4.2 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

4.3 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

4.4 Электронные образовательные ресурсы

1. Курс онлайн Управление репутацией в сети Интернет https://lms.mospolytech.ru/course/view.php?id=9122

4.5 Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение

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

4.6 Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

1. https://doka.guide/
2. https://developer.mozilla.org/ru/
3. https://roadmap.sh/frontend

5 Материально-техническое обеспечение

Для проведения лабораторных работ и самостоятельной работы студентов подходят аудитории, оснащенные компьютерами с программным обеспечением в соответствии со списком в пункте 4.5 и подключенные к интернету.

Число рабочих мест в аудитории должно быть достаточным для обеспечения индивидуальной работы студентов.

Рабочее место преподавателя должно быть оснащено компьютером с подключенным к нему проектором или иным аналогичным по функциональному назначению оборудованием.

6 Методические рекомендации

6.1 Методические рекомендации для преподавателя по организации обучения

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.

6.2 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

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

В процессе самостоятельной работы студенты закрепляют и углубляют знания, полученные во время аудиторных занятий, дорабатывают конспекты и записи, 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.

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.

7 Фонд оценочных средств

7.1 Методы контроля и оценивания результатов обучения

Форма промежуточной аттестации: зачет.

Промежуточная аттестация обучающихся в форме зачета 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 выставляется оценка «зачтено», «не зачтено».

Шкала оценивания результатов промежуточной аттестации определена в п 5.6 «Положении о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Московский политехнический университет», утвержденным приказом ректора Московского политехнического университета от 31.08.2017 № 843-ОД. В случае внесения изменений в документ или утверждения нового Положения, следует учитывать принятые правки.

К промежуточной аттестации допускаются только студенты, выполнившие все виды учебной работы, предусмотренные рабочей программой дисциплины. При этом используется балльно-рейтинговая система, включающая следующие критерии оценки.

Критерий	**Значение критерия**
Выполнение лабораторных работ в лабораториях университета	+5 баллов за каждую выполненную лабораторную работу в лабораториях университета.
Выполнение и защита лабораторных работ согласно графику контроля освоения дисциплины.	+15 баллов за каждую защищенную без ошибок лабораторную работу; +10 балл за каждую защищенную лабораторную работу с 2 ошибками или 4 недочетами. +5 балл за каждую защищенную лабораторную работу с 3 ошибками или 5-6 недочетами, или защищенную позднее срока сдачи согласно графику контроля освоения дисциплины. Максимальное значение критерия – не более 15 баллов.
Невыполнение и/или отсутствие защиты (защита с оценкой «неудовлетворительно») лабораторных работ.	-15 баллов за каждую невыполненную или незащищенную лабораторную работу;
Выполнение контрольных работ	Контрольная работа оценивается согласно критериям оценки контрольной работы. Максимальное количество баллов, которое студент может набрать на контрольной работе: +100 баллов за каждую выполненную без ошибок и недочетов контрольную работу. Максимальное значение критерия – не более 200 баллов.
Выполнение экзаменационного задания	Экзаменационное задание оценивается согласно критериям оценки, приведенном в программе экзаменационного задания. Максимальное значение критерия – 100 баллов.

Максимальная сумма набираемых по дисциплине баллов – 640. С началом каждого нового семестра изучения дисциплины набранные баллы обнуляются и рейтинг студента ведется заново. Перевод набранных баллов в оценку промежуточной аттестации производится согласно следующей таблице.

Оценка по балльно-рейтинговой системе	Оценка по итоговой аттестации
0 … 280	Неудовлетворительно
281 … 400	Удовлетворительно
401 … 520	Хорошо
521 … 640	Отлично

Шкалы оценивания результатов лабораторных работ, курсовых работ, курсовых проектов

Шкала оценивания	Описание
Отлично	Задание выполнено полностью и в срок. Отсутствуют ошибки в полученном результате. При процедуре защиты студент уверенно отвечает на контрольные вопросы, оперирует приобретенными знаниями и умениями, объясняет все этапы получения результата, его характеристики и причины их значений. Способен при необходимости доработать полученные результаты в соответствии с любыми незначительными изменениями в задании.
Хорошо	Задание выполнено полностью и в срок. Присутствуют незначительные ошибки в полученном результате. При процедуре защиты студент правильно отвечает на вопросы о ходе работы, оперирует приобретенными знаниями и умениями, однако возможны незначительные ошибки на дополнительные вопросы, в том числе и на вопросы для самоконтроля. Студент объясняет все этапы получения результата, его характеристики и причины их значений. Способен при необходимости доработать полученные результаты в соответствии с большинством незначительных изменений в задании.
Удовлетворительно	Задание выполнено либо со значительными ошибками, либо с опозданием. При процедуре защиты студент некорректно отвечает на некоторые дополнительные вопросы, в том числе и на вопросы для самоконтроля. Студент объясняет все этапы получения результата, его характеристики и причины их значений. Способен при необходимости доработать полученные результаты в соответствии с лишь некоторыми незначительными изменениями в задании.
Неудовлетворительно	Задание полностью не выполнено, либо выполнено не в срок и с грубыми ошибками. При процедуре защиты студент некорректно отвечает на большинство дополнительных вопросов, в том числе и на вопросы для самоконтроля. Не может объяснить этапы выполнения задания, характеристики и свойства полученного результата, причины и взаимосвязи между ними, исходными данными и своими действиями. Неспособен доработать полученные результаты в соответствии с незначительными изменениями в задании.

Рубежные контроли пишутся в аудитории индивидуально по варианту задания, выданному преподавателем в назначенные дни. При отсутствии студента в день написания контрольной работы ему дается еще один шанс ее написать на последнем занятии в семестре, но обязательно очно.

Студенты должны заранее сообщать о том, что у них могут возникнуть трудности со своевременной сдачей задания или проекта. При наличии реальных причин задержки студентам следует как можно скорее связаться с преподавателем и обсудить возможные условия.

7.2 Шкала и критерии оценивания результатов обучения

Лабораторная работа оценивается в процентах степени выполнения следующих критериев и для выставления оценки суммируются проценты за каждый из четырех критериев:

1. Полнота выполнения практического задания (30%): соответствует ли функциональность заданным требованиям и целям, насколько точно и без ошибок код выполняет поставленные задачи, насколько эффективно задание отвечает требованиям целевой аудитории и обеспечивает приятное восприятие.

2. Качество и структура кода (10%): качество, читаемость и организация кода, рациональность выполнения задания, последовательность именования и соблюдение лучших практик.

3. Творчество и инновации (10%): творческий подход студентов к выполнению заданий, насколько студенты вышли за рамки основных требований и реализовали дополнительные возможности или использовали уникальные решения.

4. Ответы на вопросы по коду студента и теории (50%):

Дает краткий ответ, содержащий ошибки или неточности. На наводящие вопросы отвечает неправильно (10% из 50%)

Дает развернутый ответ, содержащий ошибки или неточности. На наводящие вопросы отвечает неверно (20% из 50%)

Дает развернутый ответ, содержащий ошибки или неточности. На наводящие вопросы отвечает правильно (30% из 50%)

Дает правильные и развернутые ответы на вопросы (50% из 50%).

R лабораторные рассчитывается как среднее результатов за все лабораторные работы. За полное и безошибочное выполнение всех лабораторных работ в срок и их защиту можно получить максимум 100 баллов (R лабораторные).

Рубежный контроль оценивается по следующим критериям:

Полнота выполнения практического задания: соответствует ли функциональность заданным требованиям и целям, насколько точно и без ошибок код выполняет поставленные задачи.

Качество и структура кода: качество, читаемость и организация кода, рациональность выполнения задания, последовательность именования и соблюдение лучших практик.

Творчество и инновации: творческий подход студентов к выполнению заданий, насколько студенты вышли за рамки основных требований и реализовали дополнительные возможности или использовали уникальные решения.

Пользовательский опыт: отзывчивость, доступность, насколько эффективно задание отвечает требованиям целевой аудитории и обеспечивает приятное восприятие.

Самостоятельность решения: в репозитории студента есть коммиты только за его авторством, по коммитам в репозитории можно проследить как велась работа, студент может объяснить свой код и ход выполнения работы, если эти правила не соблюдаются, то работа не считается сданной.

Более подробное описание критериев дается в тексте задания рубежного контроля.

За полностью выполненные рубежные контроли также можно получить 100 баллов (R контроль).

Также имеется коэффициент сданных работ K сданные, который равен 1 если все работы сданы и 0 если хотя бы одна работа не сдана.

Итоговый балл рассчитывается по формуле: R сем = (0,5 x R лабораторные + 0,5 x R контроль) * К сданные.

Итоговый балл пересчитывается по шкале ниже и на основании полученной оценки фиксируется результат промежуточной аттестации.

Соответствие баллов в 100 балльной рейтинговой системе оценке по 4-бальной шкале:

0-54 - неудовлетворительно

55-69 - удовлетворительно

70-84 - хорошо

85-100 – отлично

7.3 Оценочные средства

7.3.1 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.

7..3.2 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).