

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**Національний авіаційний університет**

Факультет міжнародних відносин

Кафедра реклами і зв'язків з громадськістю



УЗГОДЖЕНО

Декан

«19» 11

Ю. Волошин

2021 р.

ЗАТВЕРДЖУЮ

Проректор з навчальної роботи

«23» 11

А. Полухін

2021 р.



Система менеджменту якості

РОБОЧА ПРОГРАМА
навчальної дисципліни
«Репутаційний менеджмент»

Освітньо-професійна програма: «Журналістика»

Галузь знань: 06 «Журналістика»


Спеціальність: 061 «Журналістика»

Форма навчання	Сем.	Усього (год. / кредитів ECTS)	ЛК Ц	ПР.З	Л.З	СР С	ДЗ / РГР / К.р	КР / КП	Форма сем. контролю
Денна	1	120/4,0	17	17	–	86	-	-	диф.залік 1с
Заочна	1	120/4,0	6	6	–	108	к.р. – 1 с.	-	диф.залік 1с

Індекс: НМ-17-061/21-3.1

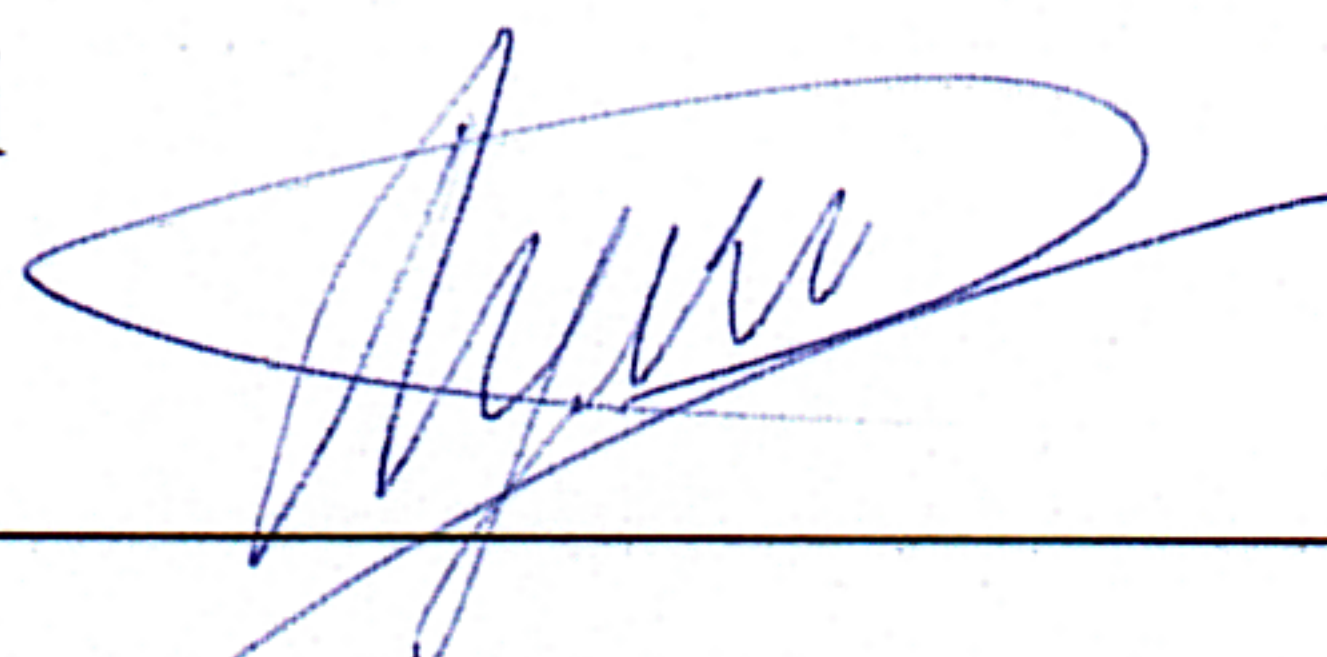
Індекс: НМ-17-061з/21-3.1

СМЯ НАУ РП 15.01.09–01–2021

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Репутаційний менеджмент»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 15.01.09 – 01– 2021
		Стор. 2 із 12	

Робочу програму навчальної дисципліни «Репутаційний менеджмент» розроблено на основі освітньо-професійної програми «Журналістика» навчальних та робочих навчальних планів №НМ-17-061/21, РМ-17-061/21 та №НМ-17-061з/21, РМ-17-061з/21 підготовки здобувачів вищої освіти освітнього ступеня «Магістр» за спеціальністю 061 «Журналістика» та відповідних нормативних документів.

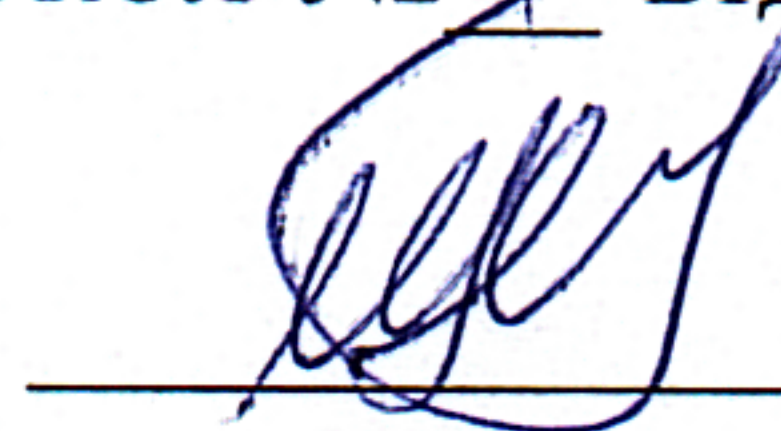
Робочу програму розробив
старший викладач реклами і
зв'язків з громадськістю



С. Лук'янчук

Робочу програму обговорено та схвалено на засіданні кафедри реклами і зв'язків з громадськістю, протокол № 1 від «31» 08 2021 р.

Завідувач кафедри



А. Іващук

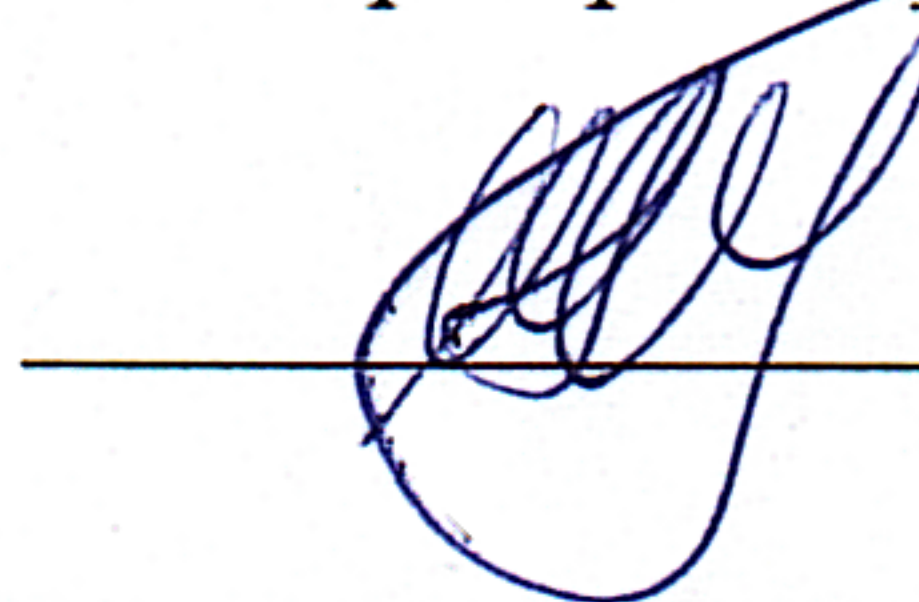
Робочу програму обговорено та схвалено на засіданні випускової кафедри освітньо-професійної програми «Журналістика», спеціальності 061 «Журналістика» – кафедри журналістики, протокол № 1 від «9» 09 2021 р.

Гарант освітньо-професійної програми



В. Шульгіна

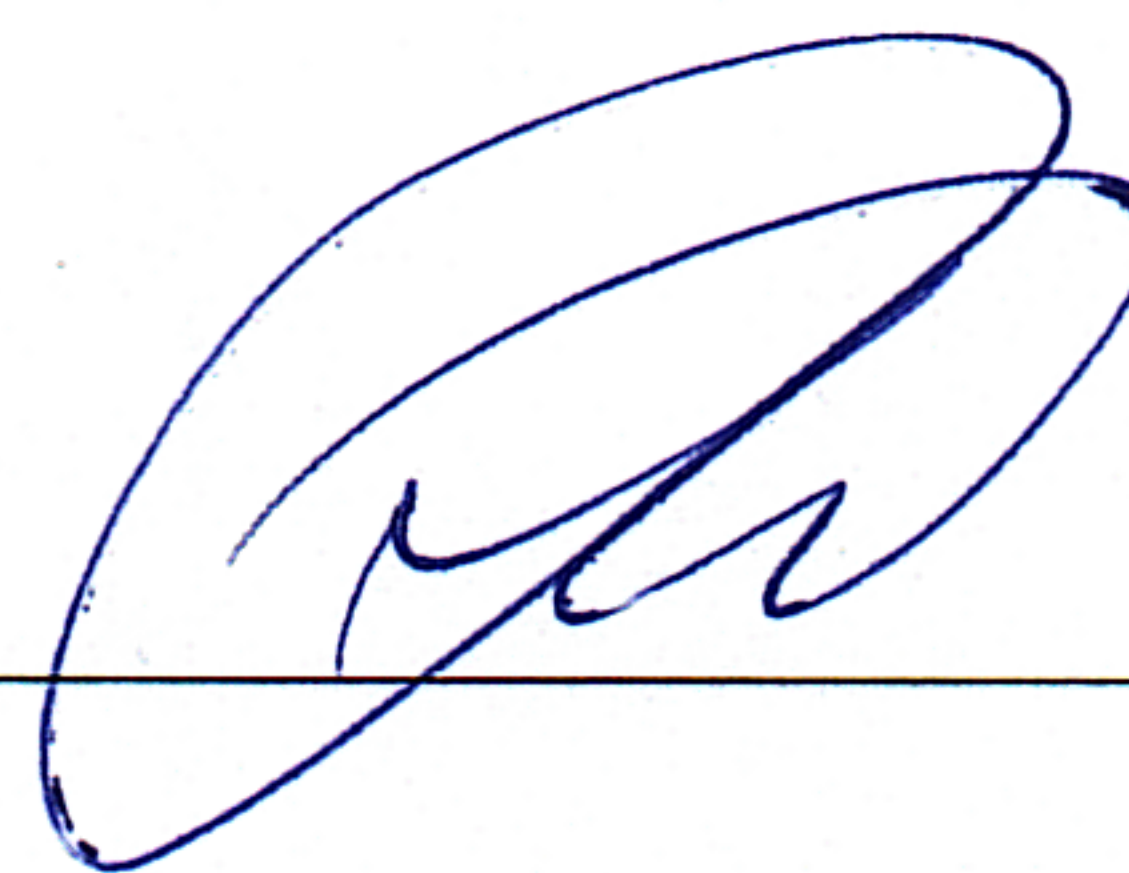
Завідувач кафедри



В. Васильченко

Робочу програму обговорено та схвалено на засіданні науково-методично-редакційної ради факультету міжнародних відносин, протокол № 10 від «6» 09 2021 р.

Голова НМРР




К. Сидоренко

Рівень документа – 3б

Плановий термін між ревізіями – 1 рік

Контрольний примірник

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Репутаційний менеджмент»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 15.01.09 – 01– 2021
		Стор. 3 із 12	

ЗМІСТ

Вступ	4
1. Пояснювальна записка	4
1.1. Місце, мета, завдання навчальної дисципліни	4
1.2. Результати навчання, які дає можливість досягти навчальна дисципліна	5
1.3. Компетентності, які дає можливість здобути навчальна дисципліна	5
1.4. Міждисциплінарні зв'язки	5
2. Програма навчальної дисципліни	6
2.1. Зміст навчальної дисципліни	6
2.2. Модульне структурування та інтегровані вимоги до кожного модуля	6
2.3. Тематичний план	8
2.4 Завдання на контрольну (домашню) роботу (ЗФН).....	8
2.5 Перелік питань для підготовки до підсумкової контрольної роботи..	8
	9
3. Навчально-методичні матеріали з дисципліни	9
3.1. Методи навчання	9
3.2. Рекомендована література (базова і допоміжна)	10
3.3. Інформаційні ресурси в Інтернет	11
4. Рейтингова система оцінювання набутих студентом знань та вмінь	11



ВСТУП

Робоча програма (РП) навчальної дисципліни «Репутаційний менеджмент» розроблена на основі «Методичних рекомендацій до розроблення і оформлення робочої програми навчальної дисципліни денної та заочної форм навчання», затверджених наказом ректора від 29.04.2021 № 249/од, та відповідних нормативних документів.

1. ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА


1.1. Місце, мета, завдання навчальної дисципліни.

Місце навчальної дисципліни «Репутаційний менеджмент» є вагомим та значимим в освітньо-професійній та освітньо-науковій програмі, оскільки ця навчальна дисципліна є теоретичною основою сукупності знань та вмінь, що формують знання фахівця у галузі журналістики та реклами та зв'язків з громадськістю. Вона є одним з чинників вдосконалення професійних навичок рекламіста/піарника/журналіста, усвідомлення його соціальної відповідальності перед суспільством. Концепція вивчення дисципліни «Репутаційний менеджмент» у вищому навчальному закладі України спрямована на розуміння сутності репутації як нематеріального активу компаній чи установ, та пов'язаних з цим переваг та ризиків. Успішне засвоєння дисципліни потребує поєднання теоретичних знань з практичними кейсами зі сфери корпоративного та державного управління.

Метою викладання дисципліни є надання студентам ґрунтовних знань особливостей формування, розвитку та впровадження або застосування репутаційного менеджменту як складної системи керування репутацією. Репутація вимірює відносне положення бренду як стосовно внутрішнього середовища (партнери, інвестори, посередники тощо), так і стосовно зовнішнього (конкуренти, цільова аудиторія).

Завданням курсу є:

- визначати основні завдання та функції управління репутацією та розуміти роль нематеріальних активів у новій парадигмі бізнесу;
- використовувати сучасні методології оцінки та вимірювання корпоративної та державної репутації;
- розробляти репутаційні платформи;
- проводити систематичні моніторинги репутації компаній.
- володіти понятійним апаратом в області управління репутацією та репутаційного менеджменту;

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Репутаційний менеджмент»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 15.01.09 – 01 – 2021
		Стор. 5 із 12	

– систематизувати, синтезувати й упорядковувати отриману інформацію, ідентифікувати проблеми, формулювати висновки і розробляти рекомендації щодо роботи з репутацією компаній.

1.2. Результати навчання, які дає можливість досягти навчальна дисципліна.

Навчальна дисципліна «Репутаційний менеджмент» у результаті вивчення дає можливість вивчення виникнення та функціонування репутаційного менеджменту; визначення термінів «репутація», «репутаційний менеджмент» та інших ключових категорій та понять та дослідити сучасні тенденції у розбудові корпоративної, державної та особистої репутації.

1.3. Компетентності, які дає можливість здобути навчальна дисципліна.

- здатність виховувати професійні якості, які б відповідали нормам журналістської етики та етикету;
- базові знання фундаментальних наук, в обсязі, необхідному для освоєння загальних професійних дисциплін;
- здатність до ділової комунікації у професійній сфері , знання основ ділового спілкування, навички роботи в команді
- володіти системними знаннями та сучасними методами впливу мас-медій;
- здатність координувати організаційно-творчі зв'язки з журналістами інших редакцій, брати участь в підготовці спільних номерів газет, радіотелепрограм

1.4 Міждисциплінарні зв'язки.

Навчальна дисципліна «Репутаційний менеджмент» є базою для вивчення таких дисциплін, як: «Інформаційні війни», «Методологія прикладних досліджень» та інших.


2. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

2.1. Зміст навчальної дисципліни

Навчальний матеріал дисципліни структурований за модульним принципом і складається з одного навчального модуля, а саме:

- навчального модуля №1«Репутаційний менеджмент», який є логічно завершеною, відносно самостійною, цілісною частиною навчальної дисципліни, засвоєння якої передбачає проведення модульної контрольної роботи та аналіз результатів її виконання.

2.2. Модульне структурування та інтегровані вимоги до модуля Інтегровані вимоги модуля №1:

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Репутаційний менеджмент»	Шифр документа	СМА НАУ РП 15.01.09 – 01–2021
		Стор. 6 із 12	

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен:

Знати:

- причини та обставини виникнення та функціонування репутаційного менеджменту;
- визначення термінів «репутація», «репутаційний менеджмент» та інших ключових категорій та понять;
- етапи формування репутаційної стратегії;
- сучасні тенденції у розбудові корпоративної, державної та особистої репутації;
- найбільш відомі кейси успішної репутаційної діяльності;
- найбільш відомі кейси репутаційних провалів.

Вміти:

- будувати довгострокову та короткострокову програми репутаційної діяльності;
- імплементувати репутаційні програми в конкретних заходах;
- визначати та вивчати цільову аудиторію та створювати репутаційний профіль;
- керувати репутацією за допомогою комунікативних ініціатив;
- ідентифікувати репутаційні ризики;
- складати антикризові програми та здійснювати антикризову діяльність;
- визначати принципи корпоративної соціальної відповідальності.

Тема 1. Вступ. Репутація як нематеріальний актив. Загальна мета та завдання курсу «Репутаційний менеджмент». Загальне визначення поняття «репутація», «імідж». Корпоративна, державна та персональна репутація. Репутація як нематеріальний актив. Репутація, імідж, бренд та ідентичність: спільні риси та основні відмінності. Економічний, стратегічний, маркетинговий, організаційний, соціологічний, бухгалтерський та інтегративний виміри корпоративної репутації. Основні характеристики корпоративної репутації.

Тема 2. Особливості виникнення та функціонування репутаційного менеджменту. Тенденція до зростання взаємозалежності і взаємопов'язаності бізнесу. Взаємопроникнення та злиття сфер інтересів бізнесу, урядів та суспільства. Фактор вибору. Критерії побудови довгострокової репутаційної програми. Бачення (топ-менеджмент). Особливості впливу CEO на репутацію компанії. Культура (співробітники). Сприйняття (зовнішні стейкхолдери). Втрата репутації та бізнес-ризиків.




Тема 3. Етапи формування репутаційної стратегії. Базові принципи репутаційного менеджменту. Етапи формування репутаційної стратегії. Вивчення цільових аудиторій. Підготовка до оцінки репутації, сприйняття споживачів, репутаційних профілів та діяльність компанії. Стратегія компанії: легенда компанії, основні обіцянки споживачам та їх відповідність сучасній діяльності компанії. Планування – активне керування репутацією шляхом комунікаційних ініціатив. Діяльність – реалізація стратегій та планів, брендинг – активність.

Тема 4. Корпоративна соціальна відповідальність як стратегічні інвестиції. Подолання «парадигми Мілтона Фрідмена». Функції та значення корпоративної соціальної відповідальності (КСВ). КСВ як джерело репутаційного капіталу. Моделювання корпоративної соціальної відповідальності. Профілі КСВ.

Тема 5. Концептуальні засади державної репутації. Загальне визначення поняття «державна репутація». Репутація держави як нематеріальний актив. Державна репутація, імідж, бренд та ідентичність: спільні риси та основні відмінності. Економічний, стратегічний, маркетинговий, організаційний, соціологічний, фінансово-економічний та інтегративний виміри державної репутації. Основні характеристики державної репутації. Основні групи стейкхолдерів в державному репутаційному менеджменті.

Тема 6. Фактори, ознаки й етапи кризи. Антикризові комунікації в управлінні кризовими явищами. Фактори, які впливають на появу / розвиток / зникнення кризи. Ознаки кризи. Етапи розвитку кризи. Сутність антикризового PR. Підготовка антикризових програм у сегменті PR. Базові рекомендації антикризового управління.

Тема 7. Управління ризикозахищеністю бренду. Поняття ризику, його особливості в сучасних умовах. Класифікація ризику. Основні підходи до процесу управління ризиком на підприємстві. Економічні ризики й економічна безпека підприємства. Оцінка схильності системи управління до ризику. Методологія та система показників оцінки ризику в управлінні підприємством. Шляхи підвищення ефективності управління ризиком у підприємстві


	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Репутаційний менеджмент»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 15.01.09 – 01– 2021
		Стор. 8 із 12	

2.3. Тематичний план

№ п/п	Назва теми	Обсяг навчальних занять (год.)							
		Денна форма навчання				Заочна форма навчання			
		Усього	Лекції	Практ. заняття	СРС	Усього	Лекції	Практ. заняття	СРС
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Модуль №1 «Репутаційний менеджмент»									
1.1	Вступ. Репутація як нематеріальний актив	1 семестр				1 семестр			
		14	2	2	10	17	2	-	15
1.2	Особливості виникнення та функціонування репутаційного менеджменту	16	2	2 2	10	16	-	2	14
1.3	Етапи формування репутаційної стратегії	16	2	2	12	16	2	-	14
1.4	Корпоративна соціальна відповідальність як стратегічні інвестиції	16	2	2	12	15	-	-	15
1.5	Концептуальні засади державної репутації	19	2 2	2	13	16	-	2	14
1.6	Фактори, ознаки й етапи кризи. Антикризові комунікації в управлінні кризовими явищами	16	2	2	12	16	2	-	14
1.7	Управління ризикозахищеністю бренду	15	2 1	2	10	16	-	2	14
1.8	Модульна контрольна робота №1	8	-	1	7	-	-	-	-
1.9	Контрольна (домашня) робота (ЗФН)	-	-	-	-	8	-	-	8
<i>Усього за модулем №1</i>		120	17	17	86	120	6	6	108
Усього за навчальною дисципліною		120	17	17	86	120	6	6	108

2.4. Завдання на контрольну (домашню) роботу (ЗФН)

У першому семестрі студенти виконують домашнє завдання (творчу роботу) з метою закріплення та поглиблення теоретичних та практичних знань і вмінь,

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Репутаційний менеджмент»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 15.01.09 – 01– 2021
		Стор. 9 із 12	

набутих у процесі засвоєння навчального матеріалу дисципліни «Репутаційний менеджмент».

Домашнє завдання полягає у підготовці есе/статті на одну із заданих тем, що відповідає вимогам актуальних сучасних доробків та наукової доброчесності. Студенту варто обрати актуальну тему і висвітлити її у заданому форматі. За бажання таку творчу роботу можна подати у вигляді тезисів чи статті на наукову конференцію.

Тематичні напрямки:

1. Тенденція до зростання взаємозалежності і взаємопов'язаності бізнесу.
2. Критерії побудови довгострокової репутаційної програми.
3. Особливості впливу SEO на репутацію компанії.
4. Фактори, які впливають на появу/розвиток/зникнення кризи.
5. Етапи розвитку кризи.
6. Вплив неетичної поведінки компанії на репутацію.
7. Підготовка антикризових програм у сегменті PR.
8. Базові рекомендації антикризового управління.

Виконання, оформлення та захист домашнього завдання здійснюється студентом в індивідуальному порядку відповідно до методичних рекомендацій. Час, потрібний для виконання домашнього завдання – 8 годин самостійної роботи.

2.5. Перелік питань для підготовки до підсумкової контрольної роботи

Перелік питань та зміст завдань для підготовки до підсумкової контрольної роботи розробляються провідним викладачем кафедри відповідно до робочої програми та доводяться до відома студентів.

3. НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНІ МАТЕРІАЛИ З ДИСЦИПЛІНИ

3.1. Методи навчання


При вивченні навчальної дисципліни використовуються наступні методи навчання:

- пояснювально-ілюстративний метод;
- метод проблемного викладу;
- евристичний метод;
- дослідницький метод.

Реалізація цих методів здійснюється при проведенні лекцій, практичних занять, самостійному вирішенні завдань, роботі з навчальною літературою. Окрім цього практичні заняття проходять у формі дискусій, презентацій, круглих столів, ділових ігор, неодмінною складовою засвоєння практичних навичок є розгляд і вирішення кейсів.

3.2. Рекомендована література

Базова література

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Репутаційний менеджмент»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 15.01.09 – 01–2021
		Стор. 10 із 12	

3.2.1. Управління змінами: методичні вказівки та завдання до практичних, семінарських занять, тести, завдання для самостійної роботи студентів спеціальності 7.03060101, 8.03060101 "Менеджмент організацій і адміністрування" денної форми навчання/ Укоопспілка, Львівська комерційна академія ; Фединець Н.І., уклад. – Львів: Львівська комерційна академія, 2013. – 80 с.

3.2.2. Осовська Галина Володимирівна, Осовський Олег Антонович Менеджмент організацій: навчальний посібник/ МОН. – Київ: Кондор, 2007. – 676 с.: іл.

3.2.3. Лихолат Світлана Михайлівна, Гапій Ірина Богданівна Етика бізнесу: навчальний посібник/ МОН України. – Київ: Знання, 2013. – 367 с.

3.2.4. Лихолат Світлана Михайлівна, Гапій Ірина Богданівна Етика бізнесу: навчальний посібник/ МОН України. – Київ: Знання, 2013. – 367 с.

3.2.5. Скібіцький О. М. / Антикризовий менеджмент/ О. М. Скибицький. – К.: Центр учбової літератури, 2020 -568 с.

3.2.6. Fombrun C., Van Riel C. Essentials of Corporate Reputation/ Charles Fombrun, Cees Van Riel. – Routledge, 2007. – 306 p. 2. Corporate Reputation/ Carreras E., Aloza A., Carreras A. – Lid Publishing Ltd. – 2013. – 501 p

Допоміжна література

3.2.9. Дойль П. Маркетинг, ориєнтований на стоимість. – СПб.: Питер, 2001

3.2.10. Цюрупа Михайло Володимирович Основи конфліктології та теорії переговорів: навчальний посібник/ МОН України – 2-е вид., перероб. і доп. – Київ: Кондор, 2011. – 191 с.

3.2.6. Гізун Андрій Іванович, Корченко Анна Олександрівна, Скворцов Сергій Олександрович
Аналіз сучасних систем управління кризовими ситуаціями/ Національний авіаційний університет.

Головний документ: Безпека інформації– 2015. – 21: 1.

3.2.7. Зубарева М. А. Прикладні антикризові PR-технології : навч. посіб. / М. А. Зубарева. – Острог : Видавництво Національного університету «Острозька академія», 2019. – 162 с.

3.2.8. Смерчівський С.Є Бренд-менеджмент: навч. посібник / С. Ф. Смерчівський, С. Є. Петропавловська, О. А. Радченко. — К.: НАУ, 2019. — 156 с.

3.3. Інформаційні ресурси в Інтернеті

3.3.1. Charles Fombrun, Cees Van Riel The Reputation Landscape// Corporate Reputation Review, Volume 1, Number 1 and 2, November 1997// http://www.reputationinstitute.com/press/1_1_Reputation_Landscape.pdf

3.3.2. Passow T., Fehlmann R. Country Reputation: From Measurement to Management. The Case of Liechtenstein// 2005 IABC International Conference

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Репутаційний менеджмент»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 15.01.09 – 01– 2021
		Стор. 11 із 12	

Washington, D.C. – Washington Hilton & Towers, June 27, 2005 (Session M13) // http://www.iabc.com/conf2005/docs/Tanja_Passow_Rolf_Fehlmann_M13-1.pdf

3.3.3. <https://www.mckinsey.com/industries/private-equity-and-principal-investors/our-insights/from-why-to-why-not-sustainable-investing-as-the-new-normal#>

3.3.4. <https://www.unglobalcompact.org/interactive>

3.3.5. <https://www.reptrak.com/reputation-intelligence/what-is-it/>

4. РЕЙТИНГОВА СИСТЕМА ОЦІНЮВАННЯ НАБУТИХ СТУДЕНТОМ ЗНАНЬ ТА ВМІНЬ

4.1. Оцінювання окремих видів виконаної студентом навчальної роботи здійснюється в балах відповідно до табл.4.1.1

Таблиця 4.1.1

Вид навчальної роботи	Максимальна кількість балів	
	Денна форма навчання	Заочна форма навчання
	Модуль №1	
	1 семестр	1 семестр
Відповіді та виконання завдань на практичних заняттях	86×7 = 56	86×4 = 32
Виконання творчої роботи (розробка антикризової стратегії;)	126×2 = 24	-
Виконання та захист домашнього завдання (контрольної роботи ЗФН)	-	38
<i>Для допуску до виконання модульної контрольної роботи №1 студент має набрати не менше</i>	<i>48 балів</i>	-
Виконання модульної контрольної роботи №1	20	-
<i>Підсумкова семестрова контрольна робота</i>	-	30
Усього за модулем №1	100	100
Усього за дисципліною	100	


Залікова рейтингова оцінка визначається (в балах та за національною шкалою) за результатами виконання всіх видів навчальної роботи протягом семестру.

4.2. Виконані види навчальної роботи зараховуються студенту, якщо він отримав за них позитивну рейтингову оцінку.

4.3. Сума рейтингових оцінок, отриманих студентом за окремі види виконаної навчальної роботи, становить поточну модульну рейтингову оцінку, яка заноситься до відомості модульного контролю.

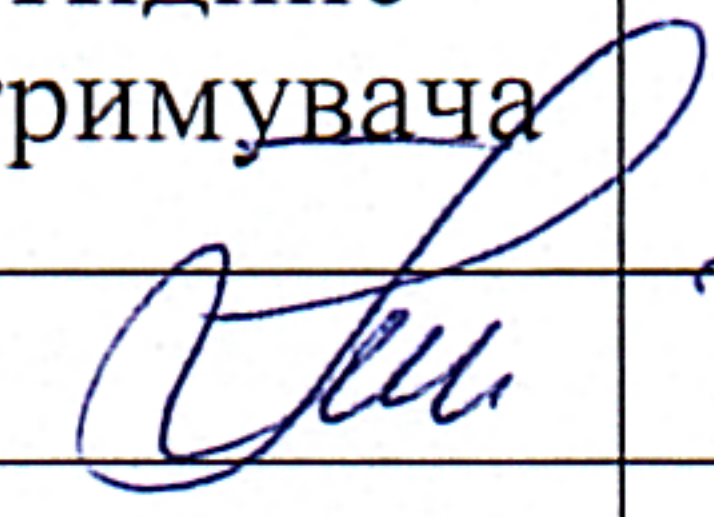
4.4. Підсумкова семестрова рейтингова оцінка в балах, за національною шкалою та шкалою ECTS заноситься до заліково-екзаменаційної відомості, навчальної картки та залікової книжки студента, наприклад, так: **92/Відм./А, 87/Добре/В, 79/Добре/С, 68/Задов./D, 65/Задов./E** тощо.

4.5. Підсумкова рейтингова оцінка з дисципліни дорівнює підсумковій семестровій рейтинговій оцінці. Зазначена підсумкова рейтингова оцінка з дисципліни заноситься до Додатку до диплома.

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Репутаційний менеджмент»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 15.01.09 – 01– 2021
		Стор. 12 із 12	

(Ф 03.02 – 01)

АРКУШ ПОШИРЕННЯ ДОКУМЕНТА

№ прим.	Куди передано (підрозділ)	Дата видачі	П.І.Б. отримувача	Підпис отримувача	Примітки
1	0302	23.11.21	Фіццучо Меланге		

(Ф 03.02 – 02)

АРКУШ ОЗНАЙОМЛЕННЯ З ДОКУМЕНТОМ

№ пор.	Прізвище ім'я по-батькові	Підпис ознайомленої особи	Дата ознайомлення	Примітки

(Ф 03.02 – 04)

АРКУШ РЕЄСТРАЦІЇ РЕВІЗІЇ

№ пор.	Прізвище ім'я по-батькові	Дата ревізії	Підпис	Висновок щодо адекватності

(Ф 03.02 – 03)

АРКУШ ОБЛІКУ ЗМІН

№ зміни	№ листа (сторінки)				Підпис особи, яка внесла зміну	Дата внесення зміни	Дата введення зміни
	Зміненого	Заміненого	Нового	Анульованого			

(Ф 03.02 – 32)

УЗГОДЖЕННЯ ЗМІН

	Підпис	Ініціали, прізвище	Посада	Дата
Розробник				
Узгоджено				
Узгоджено				
Узгоджено				