

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Макаренко Елена Николаевна

Должность: Ректор

Дата подписания: 15.06.2018 11:46:03

Уникальный программный ключ:

c098bc0c1041cb2a4cf926cf171d6715d99a6ae00adc8e27b55cbe1e2dbd7c78

Министерство образования и науки Российской Федерации

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)»

УТВЕРЖДАЮ

Первый проректор –
проректор по учебной работе

Н.Г. Кузнецов

«01» июня 2018г.

Рабочая программа дисциплины
**Репутационный менеджмент в молодежных
организациях**

по профессионально-образовательной программе направления 39.03.03
"Организация работы с молодежью"

Квалификация

Бакалавр

Ростов-на-Дону
2018 г.

КАФЕДРА Экономическая теория

Распределение часов дисциплины по семестрам


Семестр (<Курс>.<Семестр р на курсе>)	4 (2.2)		Итого	
Неделя	17,3			
Вид занятий	уп	рпд	уп	рпд
Лекции	18	18	18	18
Практические	36	36	36	36
В том числе инт.	24	24	24	24
Итого ауд.	54	54	54	54
Контактная	54	54	54	54
Сам. работа	54	54	54	54
Часы на контроль	36	36	36	36
Итого	144	144	144	144

ОСНОВАНИЕ

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования по направлению подготовки 39.03.03 "Организация работы с молодежью" (уровень бакалавриата) (приказ Минобрнауки России от 20.10.2015г. №1173)

Рабочая программа составлена по профессионально-образовательной программе направления 39.03.03 "Организация работы с молодежью"

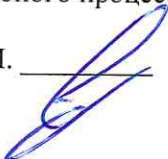
Учебный план утвержден учёным советом вуза от 27.03.2018 протокол № 10.

Программу составил(и): д.п.н., профессор, Оганян Т.Б.  25.05.18

Зав. кафедрой: д.э.н., профессор Кузнецов Н.Г.  25.05.18

Методическим советом направления: д.э.н., профессор, Костоглодов Д.Д.  22.05.18

Отделом образовательных программ и планирования учебного процесса Торопова Т.В.  30.05.18

Проректором по учебно-методической работе Джуха В.М.  31.05.18

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Отдел образовательных программ и планирования учебного процесса Торопова Т.В. _____

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2019-2020 учебном году на заседании кафедры Экономическая теория

Зав. кафедрой д.э.н., профессор Кузнецов Н.Г. _____

Программу составил(и): д.п.н., профессор, Оганян Т.Б. _____

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Отдел образовательных программ и планирования учебного процесса Торопова Т.В. _____

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2020-2021 учебном году на заседании кафедры Экономическая теория

Зав. кафедрой д.э.н., профессор Кузнецов Н.Г. _____

Программу составил(и): д.п.н., профессор, Оганян Т.Б. _____

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Отдел образовательных программ и планирования учебного процесса Торопова Т.В. _____

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2021-2022 учебном году на заседании кафедры Экономическая теория

Зав. кафедрой: д.э.н., профессор Кузнецов Н.Г. _____

Программу составил(и): д.п.н., профессор, Оганян Т.Б. _____

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Отдел образовательных программ и планирования учебного процесса Торопова Т.В. _____

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2022-2023 учебном году на заседании кафедры Экономическая теория

Зав. кафедрой: д.э.н., профессор Кузнецов Н.Г. _____

Программу составил(и): д.п.н., профессор, Оганян Т.Б. _____

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	
1.1	Цели научить студентов теоретическому осмыслению и навыкам профессиональной работы в области репутационного менеджмента на основе современной теории коммуникационных процессов. Главная задача – приобрести навыки разработки кампаний и использованию различных методов и инструментов по созданию управлению и защите корпоративной репутации в сфере бизнеса.
1.2	Задачи: получение представления о понятии, концептуальных основах и сферах применения репутационного менеджмента; знание принципов стратегического планирования и оперативного управления в сфере корпоративных коммуникаций; умение пользоваться методами анализа и исследования в репутационном менеджменте.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	
Цикл (раздел) ООП:	Б1.В.ДВ.02
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:
2.1.1	Необходимыми условиями для успешного освоения дисциплины являются навыки, знания и умение, полученные в результате изучения дисциплины: Введение в специальность
2.2	Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:
2.2.1	Технологии управления общественным мнением
2.2.2	Теория и практика социальных коммуникаций

3. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	
ПК-1: способностью осуществлять сбор и систематизацию научной информации по молодежной проблематике	
Знать:	
правила техники безопасности при работе в коллективе; социально-психологические основы общественных и межличностных отношений; основные принципы социального партнерства;	
Уметь:	
анализировать мировоззренческие, социально и личностно значимые проблемы кооперации и межличностных отношений; анализировать субъекты коммуникационного процесса; выявлять и учитывать межкультурные особенности в коммуникации и в управлении проектами.	
Владеть:	
навыками коммуникативного поведения в коллективе и профессиональной организации; методами преодоления межгрупповых и межличностных конфликтов в молодежных сообществах и профессиональных коллективах; практическими навыками организации работы с молодежью	
ПК-29: способностью участвовать в развитии инновационных технологий в практике работы с молодежью	
Знать:	
основные понятия и категории, формы, методы и уровни инновационных технологии социальной работы с молодежью; основные виды технологий в различных сферах жизнедеятельности и с различными группами молодежи; структуру коммуникаций.	
Уметь:	
технологически организовывать процессы работы с молодежью на разных уровнях; определять специфику управления как деятельности; создавать индивидуальные технологические разработки в сфере организации работы с молодежью.	
Владеть:	
инновационными приемами и методиками организации работы среди молодежи; навыками использования полученных знаний в профессиональной деятельности; технологией коммуникативного взаимодействия с молодежью.	

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)							
Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература	Интер акт.	Примечание
	Раздел 1. « Репутационный менеджмент как профессиональная деятельность.»						

1.1	«Структура, цели и междисциплинарные связи «Репутационного менеджмента». Основные понятия в Репутационном менеджменте.. Репутационный менеджмент: определение и функции. Соотношения понятий «корпоративный имидж», корпоративный бренд, репутация, гудвилл, имидж, честь, достоинство. Защита чести и достоинства и персональной деловой репутации. Защита деловой репутации компании, региона. /Лек/	4	2	ПК-1 ПК-29	Л1.2 Л1.1	2	
1.2	«Структура, цели и междисциплинарные связи «Репутационного менеджмента». Основные понятия в Репутационном менеджменте.. Репутационный менеджмент: определение и функции. Соотношения понятий «корпоративный имидж», корпоративный бренд, репутация, гудвилл, имидж, честь, достоинство. Защита чести и достоинства и персональной деловой репутации. Защита деловой репутации компании, региона. /Пр/	4	4	ПК-1 ПК-29	Л2.1	2	
1.3	Темы рефератов 1.Репутационный менеджмент: определение и функции. 2.Соотношения понятий «корпоративный имидж» /Ср/	4	8	ПК-1 ПК-29	Л3.1 Э1 Э2	0	
1.4	« Персональная репутация: структура и технологии формирования». Соотношение понятий «персональный имидж», «персональная репутация». Соотношение элементов персонального имиджа и персональной репутации. Основные коммуникативные технологии формировании персональной репутации.молодежной политики в России. /Лек/	4	2	ПК-1 ПК-29	Л1.2 Л1.1	2	
1.5	« Персональная репутация: структура и технологии формирования». Соотношение понятий «персональный имидж», «персональная репутация». Соотношение элементов персонального имиджа и персональной репутации. Основные коммуникативные технологии формировании персональной репутации.молодежной политики в России. /Пр/	4	4	ПК-1 ПК-29	Л2.1	2	
1.6	Тема реферата 1.Основные коммуникативные технологии формировании персональной репутации молодежи политики в России. /Ср/	4	6	ПК-1 ПК-29	Л3.1 Э1 Э2	0	

1.7	«Деловая репутация организации. Типология активов компании. Элементы и факторы формирования деловой репутации и ее функции. Репутационные аудитории. Направления репутационного менеджмента». Характеристика материальных и нематериальных активов компании, профильные и непрофильные активы. Фирменный стиль, видение, миссия, корпоративная культура в процессе формирования деловой репутации компании. Факторы, влияющие на процесс создания и управления деловой репутацией фирмы. /Лек/	4	4	ПК-1 ПК-29	Л1.2 Л1.1	2	
1.8	«Деловая репутация организации. Типология активов компании. Элементы и факторы формирования деловой репутации и ее функции. Репутационные аудитории. Направления репутационного менеджмента». Характеристика материальных и нематериальных активов компании, профильные и непрофильные активы. Фирменный стиль, видение, миссия, корпоративная культура в процессе формирования деловой репутации компании. Факторы, влияющие на процесс создания и управления деловой репутацией фирмы. /Пр/	4	8	ПК-1 ПК-29	Л2.1	2	
1.9	Темы докладов 1. Функции деловой репутации. 2. Преимущества компаний, обладающих устойчивой деловой репутацией. 3. Жизненный цикл компании и особенности коммуникаций с представителями репутационных аудиторий. /Ср/	4	8	ПК-1 ПК-29	Л3.1 Э1 Э2	0	
1.10	« Деловая репутация региона (страны)». Соотношение понятий репутация региона и имидж региона. Соотношение элементов репутации региона и имиджа региона. Функции репутации региона. Репутационные аудитории региона и особенности взаимодействия и с ними. /Лек/	4	2	ПК-1 ПК-29	Л1.2 Л1.1	0	
1.11	« Деловая репутация региона (страны)». Соотношение понятий репутация региона и имидж региона. Соотношение элементов репутации региона и имиджа региона. Функции репутации региона. Репутационные аудитории региона и особенности взаимодействия и с ними. /Пр/	4	4	ПК-1 ПК-29	Л2.1	2	

1.12	Тема эссе 1.Соотношение понятий репутация региона и имидж региона. /Ср/	4	8	ПК-1 ПК-29	Л3.1 Э1 Э2	0	
	Раздел 2. «Технологии репутационного менеджмента и методы оценки деловой репутации».						
2.1	« Коммуникационная составляющая репутации». Планирование корпоративной коммуникации. Применение современных информационных технологий в репутационной деятельности. /Лек/	4	2	ПК-1 ПК-29	Л1.2 Л1.1	0	
2.2	« Коммуникационная составляющая репутации». Планирование корпоративной коммуникации. Применение современных информационных технологий в репутационной деятельности. /Пр/	4	4	ПК-1 ПК-29	Л2.1	2	
2.3	Темы докладов 1.Планирование корпоративной коммуникации. 2.Применение современных информационных технологий в репутационной деятельности. /Ср/	4	8	ПК-1 ПК-29	Л3.1 Э1 Э2	0	
2.4	«Антикризисные коммуникации в управлении деловой репутации». PR-технологии формирования деловой репутации. Реклама как технология формирования деловой репутации. Социально-коммуникативные технологии репутационного менеджмента. Социально-ответственный бизнес. Направления социальных программ. Приоритетные направления социальных технологий. Партнеры. Антикризисный репутационный менеджмент. /Лек/	4	4	ПК-1 ПК-29	Л1.2 Л1.1	0	
2.5	«Антикризисные коммуникации в управлении деловой репутации». PR-технологии формирования деловой репутации. Реклама как технология формирования деловой репутации. Социально-коммуникативные технологии репутационного менеджмента. Социально-ответственный бизнес. Направления социальных программ. Приоритетные направления социальных технологий. Партнеры. Антикризисный репутационный менеджмент. /Пр/	4	8	ПК-1 ПК-29	Л2.1	4	
2.6	Темы рефератов 1.Социально-коммуникативные технологии репутационного менеджмента. 2.Социально-ответственный бизнес. /Ср/	4	8	ПК-1 ПК-29	Л3.1 Э1 Э2	0	

2.7	«Методики оценки репутации организации и региона. Рейтинги компаний и регионов». Структура оценки репутации, применение экономико-статистических и социологических методов для исследования и оценки репутационных параметров. /Лек/	4	2	ПК-1 ПК-29	Л1.2 Л1.1	0	
2.8	«Методики оценки репутации организации и региона. Рейтинги компаний и регионов». Структура оценки репутации, применение экономико-статистических и социологических методов для исследования и оценки репутационных параметров. /Пр/	4	4	ПК-1 ПК-29	Л2.1	4	
2.9	Тема реферата 1. Структура оценки репутации, применение экономико-статистических и социологических методов для исследования и оценки репутационных параметров. /Ср/	4	8	ПК-1 ПК-29	Л3.1 Э1 Э2	0	
2.10	/Экзамен/	4	36	ПК-1 ПК-29	Л1.2 Л1.1 Л2.1 Л3.1 Э1 Э2	0	

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

5.1. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Вопросы к экзамену

1. Основные понятия «Репутационного менеджмента»: корпоративный имидж, деловая репутация компании, гудвилл, паблисити.
2. Раскрыть содержание понятий «персональная деловая репутация», «репутация» «честь», «достоинство» и «персональный имидж».
3. Репутационные аудитории компании и методы работы с ними.
4. Фирменный стиль как элемент деловой репутации организации.
5. Видение и миссия как основа деловой репутации организации.
6. Типология репутационных активов компании.
7. Факторы формирования и функции деловой репутации компании.
8. Жизненный цикл компании и особенности управления ее деловой репутацией.
9. Критерии оценки деловой репутации.
10. Основные направления PR-работы по созданию репутации.
11. Коммуникативные технологии управления деловой репутацией.
12. Социально-коммуникативные технологии формирования деловой репутации компании.
13. PR-технологии формирования деловой репутации компании.
14. Реклама как технология формирования деловой репутации компании.
15. Антикризисные коммуникационные стратегии как инструмент репутационного менеджмента.
16. Коммуникационные стратегии управления деловой репутацией компании.
17. Деловая репутация региона (страны, территориального образования) и критерии его оценки.
18. Правовые основы репутационного менеджмента.
19. Методы взаимодействия с нормативной репутационной аудиторией.
20. Характеристика функциональной группы как аудитории деловой репутации компании и методы взаимодействия с ней.
21. Диффузные репутационные аудитории и методы взаимодействия с ними.
22. Потребители как аудитория репутационного менеджмента.
23. Репутация НКО: характеристика репутационных аудиторий и инструменты формирования.
24. Особенности формирования персональной репутации.

5.2. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля

Структура и содержание фонда оценочных средств представлены в Приложении 1 к рабочей программе дисциплины

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

6.1. Рекомендуемая литература

6.1.1. Основная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л1.1	Рева В. Е.	Коммуникационный менеджмент: учебное пособие	Пенза: Пензенский государственный университет, 2003	http://biblioclub.ru/ - неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л1.2	Одинцов А. А.	Менеджмент организации : введение в специальность: учеб. пособие для вузов	М.: Академия, 2007	30
6.1.2. Дополнительная литература				
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л2.1		Менеджмент XXI века: Пер. с англ.	М.: ИНФРА-М, 2002	35
6.1.3. Методические разработки				
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л3.1	Переверзев М. П., Калинина З. Н.	Менеджмент в молодежной политике: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по спец. 040104 "Орг. работы с молодежью"	М.: ИНФРА-М, 2014	25
6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"				
Э1	Корпоративная имиджелогия. http://www.ci-journal.ru/			
Э2	Профессиональный PR-портал Советник. http://www.sovetnik.ru/			
6.3. Перечень программного обеспечения				
6.3.1	Microsoft Office			
6.4 Перечень информационных справочных систем				
6.4.1	Консультант +			

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

7.1	Помещения для проведения всех видов работ, предусмотренных учебным планом, укомплектованы необходимой специализированной учебной мебелью и техническими средствами обучения. Для проведения лекционных занятий используется демонстрационное оборудование.
-----	--

8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Методические указания по освоению дисциплины представлены в Приложении 2 к рабочей программе дисциплины.

Приложение 1
к рабочей программе

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)»

Рассмотрено и одобрено
на заседании кафедры экономической теории
Протокол № 11 от «25» 05 2018 г.
Зав.кафедрой [подпись] Кузнецов Н.Г.

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

Репутационный менеджмент

Направление подготовки

39.03.03 Организация работы с молодежью

Уровень образования
БАКАЛАВРИАТ

Составитель

[подпись]
(подпись)

Оганян Т.Б., профессор, д.п.н., доцент
Ф.И.О., должность, ученая степень, ученое
звание

Ростов-на-Дону, 2018

Оглавление

1 Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы	3
2 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания	3
3 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы.....	5
4 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций	18

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

Перечень компетенций с указанием этапов их формирования представлен в п. 3. «Требования к результатам освоения дисциплины» рабочей программы дисциплины.

2 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

2.1 Показатели и критерии оценивания компетенций:

ЗУН, составляющие компетенцию	Показатели оценивания	Критерии оценивания	Средства оценивания
ПК-1 способность осуществлять сбор и систематизацию научной информации по молодежной проблематике			
З: правила техники безопасности при работе в коллективе; социально-психологические основы общественных и межличностных отношений; основные принципы социального партнерства;	<i>Выученные</i> правила техники безопасности при работе в коллективе; социально-психологические основы общественных и межличностных отношений; основные принципы социального партнерства;	<i>Полнота и правильность ответа</i>	Р- (реферат)
У: анализировать мировоззренческие, социально и лично значимые проблемы кооперации и межличностных отношений; анализировать субъекты коммуникационного процесса; выявлять и учитывать межкультурные особенности в коммуникации и в управлении проектами.	<i>Анализ</i> мировоззренческих, социально и лично значимых проблем кооперации и межличностных отношений, найденных в разных информационных источниках; субъектов коммуникационного процесса; межкультурных особенностей в коммуникации и в управлении проектами.	<i>содержательность ответа; умение анализировать; соответствие представленной в ответах информации заданной теме</i>	С- (собеседование)
В: навыками коммуникативного поведения в коллективе и профессиональной организации; методами преодоления межгрупповых и межличностных конфликтов в молодежных сообществах и профессиональных коллективах; практическими навыками организации работы с молодежью	<i>Работа с информацией в команде</i>	<i>Завершённость результата</i>	ДИ – деловая игра.

ПК-29: способность участвовать в развитии инновационных технологий в практике работы с молодежью			
З основные понятия и категории, формы, методы и уровни инновационных технологии социальной работы с молодежью; основные виды технологий в различных сферах жизнедеятельности и с различными группами молодежи; структуру коммуникаций.	<i>Выученные основные понятия и категории, формы, методы и уровни инновационных технологии социальной работы с молодежью</i>	<i>Полнота и правильность ответа</i>	Р- (реферат)
У: технологически организовывать процессы работы с молодежью на разных уровнях; определять специфику управления как деятельности; создавать индивидуальные технологические разработки в сфере организации работы с молодежью.	<i>Анализ реальных деловых репутаций</i>	<i>Содержательность ответа; умение анализировать; соответствие представленной в ответах информации заданной теме</i>	С- (собеседование)
В: инновационными приемами и методиками организации работы среди молодежи; навыками использования полученных знаний в профессиональной деятельности; технологией коммуникативного взаимодействия с молодежью.	<i>Использование различных инновационных приемов и методов при создании персональной репутации в организации работы с молодежью</i>	<i>Умение находить и использовать инновационные приемы и методы при создании персональной репутации в организации работы с молодежью; умение аргументировать свою позицию целенаправленность поиска и отбора;</i>	ДИ – деловая игра.

2.2 Шкалы оценивания:

Текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация осуществляется в рамках накопительной балльно-рейтинговой системы в 100-балльной шкале:

84-100 баллов (оценка «отлично»)

67-83 баллов (оценка «хорошо»)

50-66 баллов (оценка «удовлетворительно»)

0-49 баллов (оценка «неудовлетворительно»)

3 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)»

Кафедра экономической теории

Вопросы к экзамену

по дисциплине **Репутационный менеджмент**

1. Основные понятия «Репутационного менеджмента»: корпоративный имидж, деловая репутация компании, гудвилл, паблисити.
2. Раскрыть содержание понятий «персональная деловая репутация», «репутация» «честь», «достоинство» и «персональный имидж».
3. Репутационные аудитории компании и методы работы с ними.
4. Фирменный стиль как элемент деловой репутации организации.
5. Видение и миссия как основа деловой репутации организации.
6. Типология репутационных активов компании.
7. Факторы формирования и функции деловой репутации компании.
8. Жизненный цикл компании и особенности управления ее деловой репутацией.
9. Критерии оценки деловой репутации.
10. Основные направления PR-работы по созданию репутации.
11. Коммуникативные технологии управления деловой репутацией.
12. Социально-коммуникативные технологии формирования деловой репутации компании.
13. PR-технологии формирования деловой репутации компании.
14. Реклама как технология формирования деловой репутации компании.
15. Антикризисные коммуникационные стратегии как инструмент репутационного менеджмента.
16. Коммуникационные стратегии управления деловой репутацией компании.
17. Деловая репутация региона (страны, территориального образования) и критерии его оценки.
18. Правовые основы репутационного менеджмента.
19. Методы взаимодействия с нормативной репутационной аудиторией.
20. Характеристика функциональной группы как аудитории деловой репутации компании и методы взаимодействия с ней.
21. Диффузные репутационные аудитории и методы взаимодействия с ними.
22. Потребители как аудитория репутационного менеджмента.
23. Репутация НКО: характеристика репутационных аудиторий и инструменты формирования.
24. Особенности формирования персональной репутации.

Критерии оценивания:

84-100 оценка «отлично» выставляется обучающемуся, если оба вопроса раскрыты полно, логично, студент ответил на дополнительные вопросы, владеет содержанием материала.
67-83 оценка «хорошо» выставляется обучающемуся, если оба вопроса раскрыты в основном полно, потребовалась помощь при ответе в виде наводящих вопросов, есть некоторое нарушение логики ответа, студент

ответил не на все дополнительные вопросы, но в целом владеет содержанием материала.
50-66 оценка «удовлетворительно» выставляется обучающемуся, если оба вопроса раскрыты схематично, логично, или полно ответил на один вопрос, а на второй не знает ответа, студент не ответил на дополнительные вопросы, отрывочно владеет содержанием материала.
0-49 оценка «неудовлетворительно» выставляется обучающемуся, если студент не знает ответов на вопросы

Составитель



Т.Б. Оганян

«15» 05 2018 г.

Оформление задания для деловой игры

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)»

Кафедра экономической теории

Деловая игра

по дисциплине **Репутационный менеджмент**

ДИ модуль 3. Деловая игра

Тема «Персональная репутация: структура и технологии формирования».
Технология соревнования

Концепция игры

Моделирование и проигрывание этапов подготовки к формированию и реализации персональной репутации организатора работы с молодежью (по выбору студентов или по условиям преподавателя в зависимости от уровня группы)

Роли

Лидер ведущий (в зависимости от уровня группы это может быть преподаватель или наиболее продвинутый студент), лидеры подгрупп, участники внутри подгрупп.

Ожидаемый (е) результат(ы)

Продукт соревнования, полученный в отведенный отрезок времени

Регламент проведения мероприятия оценивания: преподаватель наблюдает за действиями играющих в соответствии с основными действиями методики соревнования. За 10 мин до конца пары проводится самоанализ

каждым участником по вопросам: соответствие совершаемых действий этапам формирования персональной репутации организатора работы с молодёжью; качество личного вклада в результат соревнования.

Критерии оценивания:

84-100 оценка «отлично» выставляется обучающемуся, если он знает этапы формирования персональной репутации организатора работы с молодёжью, руководствуется ими при выполнении своей роли, добивается качественного результата, в процессе самоанализа верно подмечает положительные и отрицательные стороны своей деятельности.

67-83 оценка «хорошо» выставляется обучающемуся, если он в целом знает этапы формирования персональной репутации организатора работы с молодёжью, однако не всегда руководствуется ими при выполнении своей роли, добивается качественного результата, в процессе самоанализа, подмечает не все положительные и отрицательные стороны своей деятельности.

50-66 оценка «удовлетворительно» выставляется обучающемуся, если он схематично знает этапы формирования персональной репутации организатора работы с молодёжью, не всегда руководствуется ими при выполнении своей роли, к качественному результату стремится, но не всегда его добивается, в процессе самоанализа неверно подмечает положительные и отрицательные стороны своей деятельности.

0-49 оценка «неудовлетворительно» выставляется обучающемуся, если он не знает этапы формирования персональной репутации организатора работы с молодёжью, не руководствуется ими при выполнении своей роли, не добивается качественного результата, в процессе самоанализа не может увидеть положительные и отрицательные стороны своей деятельности.

Составитель  Т.Б. Оганян

«25» 05 2018 г.

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)»

Кафедра *экономической теории*

Темы рефератов

по дисциплине **Репутационный менеджмент**

Раздел 1. « Репутационный менеджмент как профессиональная деятельность»

1. Репутационный менеджмент: определение и функции.
2. Соотношения понятий «корпоративный имидж», корпоративный бренд, репутация, гудвилл, имидж, честь, достоинство.
3. Основные коммуникативные технологии формирования персональной репутации. молодежной политики в России.
4. Функции деловой репутации.
5. Преимущества компаний, обладающих устойчивой деловой репутацией.
6. Жизненный цикл компании и особенности коммуникаций с представителями репутационных аудиторий.
7. Соотношение понятий репутация региона и имидж региона.

Раздел 2. «Технологии репутационного менеджмента и методы оценки деловой репутации»

1. Планирование корпоративной коммуникации.
2. Применение современных информационных технологий в репутационной деятельности.
3. Социально-коммуникативные технологии репутационного менеджмента.
4. Социально- ответственный бизнес.
5. Структура оценки репутации, применение экономико-статистических и социологических методов для исследования и оценки репутационных параметров.


Критерии оценивания:

84-100 оценка «отлично» выставляется обучающемуся, если выбранная тема раскрыта полно, логично, студент ответил на вопросы, владеет содержанием материала, внимательно слушал сообщение своих товарищей и отвечал на вопросы по их содержанию.

67-83 оценка «хорошо» выставляется обучающемуся, если выбранная тема раскрыта в основном полно, потребовалась помощь в подборе материала, но текст в основном составлен самостоятельно и в основном вопрос раскрыт, есть некоторое нарушение логики, студент ответил не на все дополнительные вопросы, но в целом владеет содержанием материала, не задаёт вопросы или не точно ответил на вопросы по содержанию выступлений своих товарищей.

50-66 оценка «удовлетворительно» выставляется обучающемуся, если выбранная тема раскрыта схематично, логично, если потребовалась помощь в подборе материала и формировании текста, студент не ответил на вопросы, вопросы к аудитории не составлены или составлены неудачно, отрывочно владеет содержанием материала, не проявляет никакой активности по материалам выступлений своих товарищей.

0-49 оценка «неудовлетворительно» выставляется обучающемуся, если выбранная тема не раскрыта, если работа не выполнена.

Составитель  Т.Б.Оганян

«25» 05 2018 г.

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)»

Кафедра *экономической теории*

Вопросы для собеседования

по дисциплине **Репутационный менеджмент**

Раздел 1. « Репутационный менеджмент как профессиональная деятельность»

8. Основные понятия в Репутационном менеджменте..
9. Репутационный менеджмент: определение и функции.
10. Соотношения понятий «корпоративный имидж», корпоративный бренд, репутация, гудвилл, имидж, честь, достоинство.
11. Защита чести и достоинства и персональной деловой репутации.
12. Защита деловой репутации компании, региона.
13. Соотношение понятий «персональный имидж», «персональная репутация».
14. Соотношение элементов персонального имиджа и персональной репутации.
15. Основные коммуникативные технологии формирования персональной репутации. молодежной политики в России.
16. Типология активов компании.
17. Элементы и факторы формирования деловой репутации и ее функции.
18. Репутационные аудитории.
19. Направления репутационного менеджмента».
20. Характеристика материальных и нематериальных активов компании, профильные и непрофильные активы.
21. Фирменный стиль, видение, миссия, корпоративная культура в процессе формирования деловой репутации компании.
22. Факторы, влияющие на процесс создания и управления деловой репутацией фирмы.
23. Соотношение понятий репутация региона и имидж региона.
24. Соотношение элементов репутации региона и имиджа региона.
25. Функции репутации региона.
26. Репутационные аудитории региона и особенности взаимодействия и с ними.

Раздел 2. «Технологии репутационного менеджмента и методы оценки деловой репутации»

6. Планирование корпоративной коммуникации.
7. Применение современных информационных технологий в репутационной деятельности.
8. PR- технологии формирования деловой репутации.
9. Реклама как технология формирования деловой репутации.
10. Социально-коммуникативные технологии репутационного менеджмента.

11. Социально- ответственный бизнес.
12. Направления социальных программ.
13. Приоритетные направления социальных технологий.
14. Партнеры.
15. Антикризисный репутационный менеджмент.
16. Структура оценки репутации, применение экономико-статистических и социологических методов для исследования и оценки репутационных параметров.

Регламент проведения мероприятия оценивания:

Предел длительности всего контроля 90 мин.

Критерии оценивания:

Правильный ответ на один вопрос оценивается в 10 баллов.

— оценка «отлично» выставляется обучающемуся, если он набирает 84-100 баллов;

— оценка «хорошо», если набирает 68-82 балла;

— оценка «удовлетворительно», если набирает 50-66 баллов;

— оценка «неудовлетворительно», если набирает менее 50 баллов.

Составитель _____ Т.Б.Оганян
(подпись)

«25» 05 2018 г.

4 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Процедуры оценивания включают в себя текущий контроль и промежуточную аттестацию.

Текущий контроль успеваемости проводится с использованием оценочных средств, представленных в п. 3 данного приложения. Результаты текущего контроля доводятся до сведения студентов до промежуточной аттестации.

Промежуточная аттестация проводится в форме экзамена

Экзамен проводится по расписанию экзаменационной сессии в устной форме. Количество вопросов в экзаменационном билете – 2. Объявление результатов производится в день экзамена. Результаты аттестации заносятся в экзаменационную ведомость и зачетную книжку студента. Студенты, не прошедшие промежуточную аттестацию по графику сессии, должны ликвидировать задолженность в установленном порядке.

Приложение 2
к рабочей программе

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)»

Рассмотрено и одобрено
на заседании кафедры экономической теории
Протокол № ____ от « ____ » ____ 2018 г.
Зав.кафедрой _____ Кузнецов Н.Г.

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Репутационный менеджмент
Направление подготовки

39.03.03 Организация работы с молодежью

Уровень образования
БАКАЛАВРИАТ

Составитель

Оганян Т.Б., профессор, д.п.н., доцент
(подпись) *Ф.И.О., должность, ученая степень, ученое звание*

Ростов-на-Дону, 2018

Методические указания по освоению дисциплины «Репутационный менеджмент» адресованы студентам всех форм обучения.

Учебным планом по направлению подготовки «39.03.03 Организация работы с молодежью» предусмотрены следующие виды занятий:

- лекции;
- практические занятия.

В ходе лекционных занятий рассматриваются теоретические вопросы по учебной дисциплине, даются рекомендации для самостоятельной работы и подготовке к практическим занятиям.

В ходе практических занятий углубляются и закрепляются знания студентов по ряду рассмотренных на лекциях вопросов, развиваются навыки анализа, обобщения, применения педагогических приёмов и технологий, необходимых для работы с различными категориями молодёжи.

При подготовке к практическим занятиям каждый студент должен:

- изучить рекомендованную учебную литературу;
- изучить конспекты лекций;
- подготовить ответы на все вопросы по изучаемой теме;
- выполнить домашнее задание, рекомендованными преподавателем способами при изучении каждой темы.

По согласованию с преподавателем студент может подготовить реферат, презентацию, эссе, синквейн по теме занятия. В процессе подготовки к практическим занятиям студенты могут воспользоваться консультациями преподавателя.

Вопросы, не рассмотренные на лекциях и практических занятиях, должны быть изучены студентами в ходе самостоятельной работы. Контроль самостоятельной работы студентов над учебной программой курса осуществляется в ходе занятий методом устного опроса, собеседования, дискуссии. В ходе самостоятельной работы каждый студент обязан прочитать основную и по возможности дополнительную литературу по изучаемой теме, дополнить конспекты лекций недостающим материалом, выписками из рекомендованных первоисточников, выделить непонятные термины, найти их значение в энциклопедических словарях.

Студент должен готовиться к предстоящему практическому занятию по всем, обозначенным в рабочей программе дисциплины вопросам.

При реализации различных видов учебной работы используются разнообразные (в т.ч. интерактивные) методы обучения, в частности: деловые игры, дискуссии, анализ конкретных ситуаций. В процессе изучения различных тем студентам даётся установка на выбор темы курсовой работы. На каждом практическом занятии уделяется время (3-5 минут) на

консультирование по выполнению курсовой работы.

Для подготовки к занятиям, текущему контролю и промежуточной аттестации студенты могут воспользоваться электронной библиотекой ВУЗа <http://library.rsue.ru/> . Также обучающиеся могут взять на дом необходимую литературу на абонементе вузовской библиотеки или воспользоваться читальными залами вуза.