

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Макаренко Елена Александровна

Должность: Ректор

Дата подписания: 26.05.2023 17:42:36

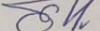
Уникальный программный ключ:

c098bc0c1041cb2a4cf926cf171d6715d99a6ae00adc8e27b55cbe1e2dbd7c78

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

УТВЕРЖДАЮ

Директор Института магистратуры

 Иванова Е.А.

«29» августа 2022г.

**Рабочая программа дисциплины  
Управление репутацией в деловой среде**

Направление 42.04.02 Журналистика  
магистерская программа 42.04.02.01 "Деловая журналистика и бизнес-коммуникации"

Для набора 2022 года

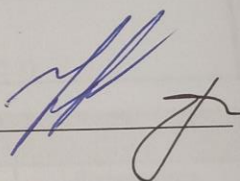
Квалификация  
магистр

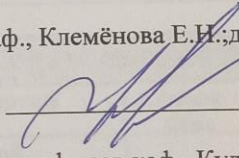
КАФЕДРА **Журналистика****Распределение часов дисциплины по семестрам**

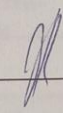
Семестр (<Курс>. <Семестр на курсе>)	4 (2.2)		Итого	
Неделя	7 4/6			
Вид занятий	уп	рп	уп	рп
Лекции	6	6	6	6
Практические	8	8	8	8
Итого ауд.	14	14	14	14
Контактная работа	14	14	14	14
Сам. работа	54	54	54	54
Часы на контроль	4	4	4	4
Итого	72	72	72	72

**ОСНОВАНИЕ**

Учебный план утвержден учёным советом вуза от 22.02.2022 протокол № 7.

Программу составил(и): д.филол.н., проф., зав.каф., Клемёнова Е.Н.; доц., Фарахшина О.М. 

Зав. кафедрой: д.филол.н., проф. Клемёнова Е.Н. 

Методическим советом направления: д.филол.н., проф., зав.каф., Куликова Э.Г. 

### 1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	
1.2	Формирование и развитие у обучающихся компетенций, определяющих успешность самопрезентации и управления репутацией организации/ профессионала в Digital-среде: знаний, умений и навыков в сфере цифровых медиа, специфики работы с имиджем и репутацией с использованием Интернет – технологий, выстраивания вербальной и визуальной коммуникации в социальных сетях и электронных СМИ.

### 2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

**ПК-3:готов осуществлять планирование, координацию и оценивать эффективность деятельности подразделения**

#### В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

<b>Знать:</b>
способы самопрезентации персоны или организации в интернете (соотнесено с индикатором ПК-3.1)
<b>Уметь:</b>
анализировать имидж и успешность представленности организации / персоны в информационном пространстве (по формальным критериям) (соотнесено с индикатором ПК-5.2)
<b>Владеть:</b>
основами оценки деловой репутации преимуществами корпоративного СМИ в качестве канала PR-коммуникации (соотнесено с индикатором ПК-5.2)

### 3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература
	<b>Раздел 1. Самопрезентация в системе деловой успешности</b>				
1.1	Репутация и имидж как инструмент организации, персоны или бренда. Имидж и самопрезентация. Особенности и способы самопрезентации личности/бренда/компании в сфере digital. Функции и виды имиджа. Имиджформирующая информация и ее виды. Принципы формирования индивидуального имиджа. Факторы, влияющие на имидж в социальных сетях. Деловая и личная репутация. Типы и виды управления имиджем и репутацией. Самопрезентация в digital-среде: анализ кейсов.Построение и/или анализ собственного имиджа и способов самопрезентации. Методы и способы анализа, построения и трансформации имиджа в информационном пространстве. Инструменты и техники формирования и комплексного управления репутацией. /Лек/	4	6		Л1.2 Л1.4 Л1.6Л2.2 Л2.3 Л2.7 Л2.11 Л2.13 Л2.14
1.2	Роль контента в создании и поддержании репутации организации / бренда / персоны. Репутационный текст. Контент для презентации организации/персоны/бренда в digital-медиа. Виды текстов: особенности создания и размещения. Организация коммуникаций с digital- медиа. Контент для соцсетей: основные характеристики и современные тренды. Виды текстов для социальных сетей. Технологии создания репутационных текстов. Критерии анализа текстов на соответствие имиджу. Контент-план для социальной сети. /Пр/	4	4		Л1.1 Л1.3 Л1.5 Л1.7Л2.1 Л2.2 Л2.4 Л2.7 Л2.10 Л2.12 Л2.13

1.3	<p>Задание 1. Проанализировать тексты и ответить на вопрос: «Является ли текст репутационным?». Ответ обосновать.</p> <p>Задание 2. Самостоятельно найти в интернете по одному примеру репутационного текста организации и личного бренда.</p> <p>Задание 3. Выбрать digital-медиа, размещение информации в котором будет наиболее эффективным для оптимизации репутации выбранного личного бренда или организации. Ответ обосновать. Предложить тему для публикации.</p> <p>Задание 4. Проанализировать тексты, представленные в социальной сети (по выбору) личного бренда, организации (личной страницы).</p> <p>Задание 5. Написать текст для социальной сети репутационного характера и осуществить его проверку с помощью сервисов glvrd.ru, wordassociations.net/ru, wordstat.yandex.ua, text.ru, orfogrammka.ru.</p> <p>Задание 6. Создать контент-план для собственной страницы в социальной сети (или выбранной организации, бренда).</p> <p>Задание 7. Проанализировать контент-план другого участника обучения и написать на него рецензию.</p> <p>/Ср/</p>	4	28		Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8 Л2.9 Л2.10 Л2.11 Л2.12 Л2.13 Л2.14
<b>Раздел 2. Имидж</b>					
2.1	Корпоративный имидж и личный имидж профессионала: технологии оценки и создания. Личный бренд. /Пр/	4	4		Л1.1 Л1.2 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л2.2 Л2.4 Л2.6 Л2.7 Л2.9 Л2.10 Л2.14
2.2	<p>Задание 1. Проанализировать варианты успешных кейсов и выделить особенности и методы построения имиджа организации или личного бренда.</p> <p>Задание 2. Создать или откорректировать собственный имидж в сети с применением таких приемов и техник, как позиционирование, формат, эмоциональность, детализация, акцентирование информации, дистанцирование, подача противоречивых сигналов, использование разных моделей восприятия и др.</p> <p>Задание 3. Принять участие в деловой игре «Исправить репутацию за час», где все слушатели разбиваются на группы по 3-5 человек, получают кейс-задачу и решают ее за 40 минут, затем представляют свою версию на всеобщее обсуждение.</p> <p>Задание 4. Разработка проекта целостной концепции имиджа компании/личного бренда для представления его в интернете.</p> <p>/Ср/</p>	4	26		Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8 Л2.9 Л2.10 Л2.11 Л2.12 Л2.13 Л2.14
2.3	/Зачёт/	4	4		Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8 Л2.9 Л2.10 Л2.11 Л2.12 Л2.13 Л2.14

#### 4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Структура и содержание фонда оценочных средств для проведения текущей и промежуточной аттестации представлены в Приложении 1 к рабочей программе дисциплины.

#### 5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

<b>5.1. Основная литература</b>				
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л1.1	Романов А. А.	Рекламные и PR-технологии масс-медиа: учебно-методический комплекс	Москва: Евразийский открытый институт, 2010	<a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=90761">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=90761</a> неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л1.2	Романов А. А.	Массовые коммуникации: учебно-практическое пособие: учебное пособие	Москва: Евразийский открытый институт, 2010	<a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=93162">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=93162</a> неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л1.3	Бузин В. Н., Бузина Т. С.	Медиапланирование: теория и практика: учебное пособие	Москва: Юнити-Дана, 2015	<a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=114785">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=114785</a> неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л1.4	Никитенко А. А.	Основы медиажурналистики: учебное пособие	Новосибирск: Новосибирский государственный технический университет, 2012	<a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=228794">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=228794</a> неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л1.5	Кирия И. В., Чумакова В. П.	Управленческий аудит медиакомпаний: учебное пособие	Москва: Издательский дом Высшей школы экономики, 2014	<a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=462715">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=462715</a> неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л1.6	Никитенко, А. А.	Основы медиажурналистики: учебное пособие	Новосибирск: Новосибирский государственный технический университет, 2012	<a href="http://www.iprbookshop.ru/44982.html">http://www.iprbookshop.ru/44982.html</a> неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л1.7	Чилингир, Е. Ю.	Медиаанализ и медиапланирование: учебное пособие	Москва: Ай Пи Ар Медиа, 2020	<a href="http://www.iprbookshop.ru/95334.html">http://www.iprbookshop.ru/95334.html</a> неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
<b>5.2. Дополнительная литература</b>				
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л2.1	Тертычный А. А.	Жанры периодической печати: Учеб. пособие	М.: Аспект Пресс, 2002	14
Л2.2	Черных А.	Мир современных медиа: монография	Москва: Территория будущего, 2007	<a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=84955">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=84955</a> неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.3	Никуличев Ю. В., Бриггз А., Кобли П.	Медиа: введение: учебник	Москва: Юнити-Дана, 2015	<a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=114784">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=114784</a> неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л2.4	Иванов А. В.	Функционирование интернет-медиа с точки зрения законодательной базы различных стран: монография	Москва: Лаборатория книги, 2012	<a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=140917">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=140917</a> неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.5	Третьяков В. Т.	Как стать знаменитым журналистом: курс лекций по теории и практике современной русской журналистики: учебное пособие	Москва: Директ-Медиа, 2013	<a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=210221">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=210221</a> неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.6	Богданов В. В., Комарова И. М.	Теория и практика связей с общественностью: медиарилейшнз: учебное пособие	Новосибирск: Новосибирский государственный технический университет, 2011	<a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=228824">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=228824</a> неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.7	Головлева, Е. Л.	Массовые коммуникации и медиапланирование: учебное пособие	Москва: Академический Проект, 2016	<a href="http://www.iprbookshop.ru/60028.html">http://www.iprbookshop.ru/60028.html</a> неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.8	Кумова, С. В.	Современные технологии цифрового медиадизайна: учебное пособие	Саратов: Саратовский государственный технический университет имени Ю.А. Гагарина, ЭБС АСВ, 2015	<a href="http://www.iprbookshop.ru/76512.html">http://www.iprbookshop.ru/76512.html</a> неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.9	Кириллова Н. Б.	Медиаполитика государства в условиях социокультурной модернизации: учебное пособие	Москва, Берлин: Директ-Медиа, 2018	<a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=494603">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=494603</a> неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.10	Мельникова, Н. А.	Медиапланирование. Стратегическое и тактическое планирование рекламных кампаний	Москва: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2020	<a href="http://www.iprbookshop.ru/90235.html">http://www.iprbookshop.ru/90235.html</a> неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.11	Манович Л.	Язык новых медиа: публицистика	Москва: Ад Маргинем Пресс, 2018	<a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=594512">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=594512</a> неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.12	Дзялошинский, И. М.	Информационно-коммуникационный универсум как система матриц текстовой деятельности: создание, восприятие и понимание медиатекстов: учебное пособие	Москва: Ай Пи Ар Медиа, 2021	<a href="http://www.iprbookshop.ru/103441.html">http://www.iprbookshop.ru/103441.html</a> неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.13	Жилавская, И. В., Онучина, К. К.	Виды медиа: типология и история: учебное пособие	Москва: Московский педагогический государственный университет, 2020	<a href="http://www.iprbookshop.ru/105892.html">http://www.iprbookshop.ru/105892.html</a> неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.14	Неренц Д. В.	Трансформация медиасреды в XXI веке: материалы междунар. науч.-практ. конф. 24 апр. 2019 г., г. Москва	М.: РГГУ, 2019	5

### 5.3 Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

1. Гарант
2. Консультант+
3. База данных СМИ и информационных агентств, имеющих собственные интернет-порталы – <a href="https://yandex.ru/news/smi">https://yandex.ru/news/smi</a>
4. Ведомости – <a href="https://www.vedomosti.ru/">https://www.vedomosti.ru/</a>
5. Взгляд – <a href="https://vz.ru/">https://vz.ru/</a>
6. ВЦИОМ – <a href="https://www.wciom.ru/">https://www.wciom.ru/</a>
7. Газета – <a href="https://gzt.ru/">https://gzt.ru/</a>
8. Город N – <a href="https://gorodn.ru/">https://gorodn.ru/</a>
9. Государственная система правовой информации – <a href="http://www.pravo.fso.gov.ru/">http://www.pravo.fso.gov.ru/</a>
10. Единый архив экономических и социологических данных по российской Федерации от НИУ ВШЭ – <a href="http://sophist.hse.ru/">http://sophist.hse.ru/</a>
11. Журналист – <a href="https://jrnlst.ru/">https://jrnlst.ru/</a>
12. Интерфакс – <a href="https://www.interfax.ru/">https://www.interfax.ru/</a>
13. Исследовательская компания Mediascope – <a href="https://mediascope.net/">https://mediascope.net/</a>
14. Комитет защиты журналистов – <a href="https://cpj.org/ru/">https://cpj.org/ru/</a>
15. Коммерсант – <a href="https://www.kommersant.ru/">https://www.kommersant.ru/</a>
16. Левада-центр – <a href="https://www.levada.ru/">https://www.levada.ru/</a>
17. Лента.ру – <a href="https://lenta.ru/">https://lenta.ru/</a>
18. МедиаСпрут. Каталоги СМИ России, стран СНГ и Балтии, дальнего зарубежья – <a href="http://www.mediasprut.ru/media/media.shtml">http://www.mediasprut.ru/media/media.shtml</a>
19. Международная федерация журналистов – <a href="https://www.ifj.org/">https://www.ifj.org/</a>
20. Международная федерация периодических СМИ – <a href="https://www.fipp.com/">https://www.fipp.com/</a>
21. Национальный институт развития прессы – <a href="http://www.pdi.ru/">http://www.pdi.ru/</a>
22. Наше время – <a href="https://www.nvgazeta.ru/">https://www.nvgazeta.ru/</a>
23. Независимая газета – <a href="https://www.ng.ru/">https://www.ng.ru/</a>
24. Новая газета – <a href="https://novayagazeta.ru/">https://novayagazeta.ru/</a>
25. Обзоры иностранной прессы – <a href="https://www.inopressa.ru/">https://www.inopressa.ru/</a>
26. Официальный портал правительства РО – <a href="https://www.donland.ru/">https://www.donland.ru/</a>
27. Официальный сервер органов государственной власти РФ – <a href="http://www.gov.ru/">http://www.gov.ru/</a>
28. Профиль – <a href="https://profile.ru/">https://profile.ru/</a>
29. РБК daily – <a href="https://www.rbc.ru/">https://www.rbc.ru/</a>
30. Региональный информационный холдинг «ДОН-МЕДИА» – <a href="https://don24.ru/">https://don24.ru/</a>
31. Рейтинг СМИ – <a href="https://inpresso.ru/smi.php">https://inpresso.ru/smi.php</a>
32. РИА Новости – <a href="https://ria.ru/">https://ria.ru/</a>
33. Российская газета – <a href="https://rg.ru/">https://rg.ru/</a>
34. Российские и зарубежные новости – <a href="https://polit.ru/">https://polit.ru/</a>
35. Союз журналистов России – <a href="https://ruj.ru/">https://ruj.ru/</a>
36. Справочно-информационный портал «Грамота.ру» – <a href="http://gramota.ru/">http://gramota.ru/</a>
37. ТАСС – <a href="https://tass.ru/">https://tass.ru/</a>
38. Университетская библиотека online – <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=razd_n">https://biblioclub.ru/index.php?page=razd_n</a>
39. Фонд защиты гласности – <a href="http://www.gdf.ru/">http://www.gdf.ru/</a>
40. Фонд Общественное Мнение – <a href="https://fom.ru/">https://fom.ru/</a>
41. Форбс – <a href="https://www.forbes.ru/">https://www.forbes.ru/</a>
42. Центр журналистских технологий – <a href="http://www.cjt.nnov.ru/index.htm">http://www.cjt.nnov.ru/index.htm</a>
43. Центр раскрытия корпоративной информации Интерфакс. – <a href="http://www.e-disclosure.ru/">http://www.e-disclosure.ru/</a>
44. Эксперт – <a href="https://expert.ru/">https://expert.ru/</a>

#### **5.4. Перечень программного обеспечения**

Libre Office

#### **5.5. Учебно-методические материалы для студентов с ограниченными возможностями здоровья**

При необходимости по заявлению обучающегося с ограниченными возможностями здоровья учебно-методические материалы предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям здоровья и восприятия информации. Для лиц с нарушениями зрения: в форме аудиофайла; в печатной форме увеличенным шрифтом. Для лиц с нарушениями слуха: в форме электронного документа; в печатной форме. Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в форме электронного документа; в печатной форме.

**6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

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. Лабораторные занятия проводятся в компьютерных классах, рабочие места в которых оборудованы необходимыми лицензионными программными средствами и выходом в Интернет

**7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

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