



СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

РЕПУТАЦІЙНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ

Галузь знань	06 Журналістика
Шифр та назва спеціальності	061 Журналістика
Назва освітньо-професійної програми	Реклама та зв'язки з громадськістю
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Факультет	Бізнесу та соціальних комунікацій
Кафедра	Журналістики, суспільних комунікацій та ІТ-права
Статус навчальної дисципліни	ВК 5 ОП «Реклама та зв'язки з громадськістю»
Форма навчання	Денна

Викладачі

Новак Ольга Миколаївна
olganovak2@gmail.com



Доцент кафедри міжнародних відносин,
соціальних комунікацій та ІТ-права

Загальна інформація про дисципліну

Анотація до дисципліни

Ділова репутація є одним з найважливіших нематеріальних ресурсів підприємства оскільки формує уявлення про підприємство у суб'єктів зовнішнього середовища та дозволяє отримати довгострокові конкурентні переваги. Вивчення дисципліни «Репутаційний менеджмент» передбачає теоретичну та практичну підготовку студентів до формування та управління репутацією керівника, підприємства та організації. Курс спрямований на осмислення ролі

	<p>репутаційних та іміджевих практик в професійній діяльності фахівців із рекламної та ПР-діяльності, вивченні базових засад розбудови цих компонентів та їх підтримки і захисту. Предметом навчальної дисципліни є основи ефективного формування, підтримки, управління, захисту репутації. Основні завдання вивчення дисципліни «Репутаційні та іміджеві технології у рекламі та ПР» полягають в опануванні теоретичних засад та категорійного апарату курсу; осмисленні основних концепцій управління іміджем та репутацією, набутті вміння оцінювати результативність репутаційних та іміджевих технологій та визначати доцільні прийоми та стратегії формування та захисту репутації.</p> <p>У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен знати: поняття та типологію репутаційних технологій; поняття гудвілу та методика розрахунку гудвілу; головні шляхи й прийоми досягнення ефективності репутаційного менеджменту; провідні риси, етапи та компоненти ділової репутації та іміджу; прийоми створення доброї репутації для функціонування на вітчизняному та міжнародному ринках; правові норми ділової репутації; вміти: застосовувати засвоєні теоретичні знання про репутаційні та іміджеві технології у практичній діяльності; працювати з інформаційно-комунікаційним інструментарієм формування репутації; визначати та розробляти репутаційні стратегії для компаній; визначати маніпулятивні технології у здійсненні репутаційних комунікацій.</p>
Мета дисципліни	<p>Метою вивчення навчальної дисципліни є ознайомлення студентів із базовими основами репутаційних та іміджевих технологій, принципами репутаційного менеджменту; формування професійних навичок для розбудови та аналізу репутації об'єкта/суб'єкта.</p>
Компетентності, формуванню яких сприяє дисципліна	<p>ЗК01. Здатність застосовувати знання в практичних ситуаціях. ЗК03. Здатність бути критичним і самокритичним. ЗК07. Здатність працювати в команді. ЗК09.Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні. ЗК10. Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної галузі, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя. СК4. Здатність організувати й контролювати командну професійну діяльність. СК6. Здатність до провадження безпечної медіа діяльності</p>
Результати навчання	<p>ПР 01. Пояснювати свої виробничі дії та операції на основі отриманих знань. ПР 03. Оцінювати свій чи чужий інформаційний продукт, інформаційну акцію, що організована й проведена самостійно або разом з колегами. ПР 07. Координувати виконання особистого завдання із завданнями колег . ПР 09. Оцінювати діяльність колег як носіїв прав і обов'язків членів суспільства, представників громадянського суспільства.</p>

	<p>ПР 10. Оцінювати діяльність колег з точки зору зберігання та примноження суспільних і культурних цінностей і досягнень.</p> <p>ПР 16. Планувати свою роботу та роботу колег, спрямовану як на генерування інформаційного контенту, так і створення медіапродукту, а також його промоцію.</p> <p>ПР 18. Використовувати необхідні знання й технології для виходу з кризових комунікаційних ситуацій на засадах толерантності, діалогу й співробітництва.</p>
Обсяг дисципліни	Загальний обсяг дисципліни: 6 кредитів ЄКТС (180 годин). Для денної форми навчання: лекції – 20 годин, практичні заняття – 40 години, самостійна робота – 120 годин.
Форма підсумкового контролю	іспит
Терміни викладання дисципліни	Дисципліна викладається у 6-му семестрі (12 тижні)

Програма дисципліни

Тема 1.	<p><i>Репутація як важливий нематеріальний актив.</i></p> <p>Поняття репутації, іміджу та соціальної відповідальності. Репутація і імідж та їх відмінність.. Функції репутації Гудвіл та його складники. Політика корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) .</p>
Тема 2.	<p><i>Система репутаційного менеджменту.</i></p> <p>Цілі і завдання репутаційного менеджменту. Соціальні та економічні основи репутаційного менеджменту. Авторитет як попередник репутації. Типи авторитетів. Відмінні риси репутації, іміджу і бренду. Поняття репутаційний капітал.</p>
Тема 3.	<p><i>Основні параметри репутації.</i></p> <p>Репутація як форма соціальної взаємодії. Соціальна відповідальність як відповідальність організації за вплив її рішень і дій на суспільство і навколишнє середовище. Поняття «репутація бренду». Складові репутації бренду. Формування репутації бренду через інтернет. Практична цінність ділової репутації та її переваги.</p>
Тема 4.	<p><i>Способи формування репутації.</i></p> <p>Репутаційні стратегії. Поняття корпоративної індивідуальності. Корпоративна культура. Фірмовий стиль і його складові: назва організації, логотипи і символіка, фірмовий колір, графічний дизайн, корпоративні слогани. Корпоративна філософія. Корпоративна місія. Корпоративні цінності. Компоненти репутації.</p>
Тема 5.	<p><i>Фінансове забезпечення репутаційного менеджменту.</i></p> <p>Визначення та оцінювання фінансових потреб репутаційного менеджменту. Показники функціонування компаній, фінансова стабільність, що включає рентабельність, платоспроможність, надійність як основа репутації компанії.</p>

Тема 6.	<i>Інформаційна основа репутації</i> . Репутаційний аудит. Інформаційний аудит. Комунікаційний аудит. Основи інформаційної політики. Цілі аудиту зовнішніх комунікацій. Цілі аудиту внутрішніх комунікацій. Внутрішні документи компанії, які використовуються при аудиті. Учасники експертних опитувань для проведення аудиту репутації. Кількісний і якісний аналіз ЗМІ. Типові зони комунікаційних розривів при формуванні репутації. Інструменти моніторингу ЗМІ.
Тема 7.	<i>Оцінювання ділової репутації, методи та інструменти розрахунку</i> . Поняття гудвіл. Методи оцінки ділової репутації підприємства (гудвілу). Методики розрахунку гудвілу відповідно до міжнародних та українських стандартів. Складові компоненти гудвілу. Особливості, що відрізняють репутацію від інших нематеріальних активів. Удосконалення обліку внутрішньоствореного гудвілу. Методика здійснення аналізу гудвілу на вітчизняних підприємствах.
Тема 8.	<i>Репутаційні ризики</i> . Визначення та оцінювання репутаційних ризиків. Системний характер ризик-менеджменту. Управління репутаційними ризиками. Послідовність заходів антикризового управління. Об'єкти антикризового управління. Показники якості антикризового управління.
Тема 9.	<i>Антикризові комунікації як інструмент захисту ділової репутації</i> Розробка сценарію можливої кризи. Технології роботи PR-служби в умовах кризи. Криза як спосіб підтримки репутації.
Тема10	<i>Юридичний захист ділової репутації</i> . Юридичне визначення поняття «Чесність», «Гідність», «Ділова репутація». Особливості судових справ про захист честі, гідності та ділової репутації (дифамаційні справи). Судові та позасудові способи захисту ділової репутації. Підстави для задоволення позову про захист честі, гідності та ділової репутації. Способи формування обсягу відшкодувань за моральні збитки у справах про захист репутації.

Список рекомендованих джерел

Рекомендована література:

1. Баранецька А. Д. Гринвошинг як маніпулятивна (симулякрова) комунікаційна технологія «озеленення» репутації. *«Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського»*. Том 34 (73) № 5 2023. С. 238-244.
2. Болотова В.О. Іміджологія. Харків : НТУ «ХП», 2021. 150 с.
3. Грабчак В.І. Сутність поняття «репутація підприємства» та її складових. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2016. Випуск 10. С. 313-318.
4. Дячук В. П. Іміджологія. Соціокультурний вимір : навч. посіб. Київ : Видавництво ЛіраК, 2017. 308 с.
5. Європейські бізнес-практики корпоративної соціальної відповідальності: кейси, практикум / за ред. Л. Петрашко, О. Мартинюк. Київ : КНЕУ, 2019. 239 с.
6. Смірнова К.В. PR менеджмент. Одеса : ОДЕКУ, 2021. 191 с.
7. Сучасні PR-технології : навчально-методичний посібник для самостійного вивчення дисципліни / уклад. А.М. Зленко. Бориспіль : Ризографіка, 2018. 260 с
8. Doorley John. Garcia Helio Fred. Reputation Management. The Key to Successful Public Relations and Corporate Communications. 2006. Publisher: Routledge; 2 ed. 456 p.

9. Gaines-Ross Leslie. Corporate Reputation: 12 Steps to Safeguarding and Recovering Reputation. 2008. Publisher: Wiley; 1 ed. 208 p.
 10. Національна бібліотека України імені В. Вернадського URL: <http://www.nbuv.gov.ua/>

Загальна схема оцінювання

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Шкала ЄКТС	Оцінка за національною шкалою		Нарахування балів	Бали нараховуються таким чином: <i>Оцінювання знань здобувачів вищої освіти здійснюється за 100-бальною шкалою і становить: за поточну успішність (участь у практичних заняттях, виконання практичних завдань та контрольних робіт) – до 60 балів, за результати екзамену – до 40 балів.</i>
		для іспиту	для заліку		
90-100	A	Відмінно	зараховано		
82-89	B	Добре			
74-81	C				
64-73	D	Задовільно			
60-63	E				
35-59	FX	Незадовільно з можливістю повторного складання	Не зараховано з можливістю повторного складання		
0-34	F	Незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	Не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни		

Політика опанування дисципліни

Відвідування: Здобувачі вищої освіти самостійно планують відвідування лекційних занять, що проводяться в межах дисципліни. Присутність на практичних заняттях та контрольних заходах (екзамен/залік) є обов'язковою. При проведенні занять в онлайн режимі, присутність здобувача враховується у разі відкритого вікна.

Дотримання принципів академічної доброчесності: Підготовка усіх завдань, письмових робіт і т. ін., що виконуються в межах дисципліни, здійснюється здобувачем вищої освіти самостійно, на засадах академічної доброчесності. Викладач має право для перевірки робіт застосовувати

програму **Unicheck**.

Умови зарахування пропущених занять:

Інші умови: Навчально-методичні матеріали дисципліни розміщені на платформі Moodle