

(Ф 03.02 – 110)

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

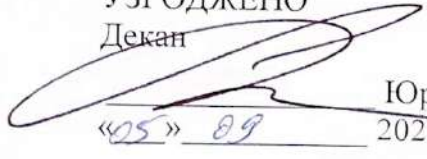
Національний авіаційний університет

Факультет міжнародних відносин

Кафедра реклами і зв'язків з громадськістю

УЗГОДЖЕНО

Декан


Юрій Волошин
«25» 09 2023 р.

ЗАТВЕРДЖЕНО

Проректор за навчальної роботи


Анатолій Полухін
«08» 09 2023 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 Іс

Індекс: РМ-17-061/23-3.1

СМЯ НАУ РП 15.01.09–01–2023



Система менеджменту якості.
Робоча програма
навчальної дисципліни
«Репутаційний менеджмент»

Шифр
документа

СМЯ НАУ
РП 15.01.09 – 01 – 2023

Стор. 2 із 12

Робочу програму навчальної дисципліни «Репутаційний менеджмент» розроблено на основі освітньо-професійної програми «Журналістика» навчальних та робочих навчальних планів №НМ-17-061/23, РМ-17-061/23 підготовки здобувачів вищої освіти освітнього ступеня «Магістр» за спеціальністю 061 «Журналістика» та відповідних нормативних документів.

Робочу програму розробив
Доцент кафедри реклами і
зв'язків з громадськістю

Олена МОРОЗОВА

Робочу програму обговорено та схвалено на засіданні кафедри реклами і зв'язків з громадськістю, протокол № 9 від «09» 09 2013р.

Завідувач кафедри

Антоніна ІВАЩУК

Робочу програму обговорено та схвалено на засіданні випускової кафедри освітньо-професійної програми «Журналістика», спеціальності 061 «Журналістика» – кафедри журналістики, протокол № 11 від «09» 09 2013р.

Гарант освітньо-професійної
програми

Олена МЕЛЬНИКОВА-КУРГАНОВА

Завідувач кафедри


В'ячеслав ВАСИЛЬЧЕНКО

Робочу програму обговорено та схвалено на засіданні науково-методично-редакційної ради факультету міжнародних відносин, протокол № 8 від «06» 09 2013р.

Голова НМРР


Катерина 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– 2023
		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
3. Навчально-методичні матеріали з дисципліни	8
3.1. Методи навчання	9
3.2. Рекомендована література (базова і допоміжна)	9
3.3. Інформаційні ресурси в Інтернет	9
4. Рейтингова система оцінювання набутих студентом знань та вмінь	10
	11

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Репутаційний менеджмент»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 15.01.09 – 01 – 2023
		Стор. 4 із 12	

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;



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

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

Навчальна дисципліна «Репутаційний менеджмент» у результаті вивчення дає можливість:

- Генерувати нові ідеї та використовувати сучасні технології під час створення медіапродуктів.
- Оцінювати достовірність інформації та надійність джерел, ефективно опрацьовувати та використовувати інформацію для проведення наукових досліджень та практичної діяльності.
- Дискутувати зі складних комунікаційних проблем, пропонувати і обґрунтовувати варіанти їх розв'язання.
- Використовувати передові знання і методики у процесі дослідження діяльності та створення нових медіаінституцій

1.3. Компетентності, які дає можливість здобути навчальна дисципліна.

- генерувати нові ідеї та використовувати сучасні технології під час створення медіапродуктів;
- проводити збір, інтегрований аналіз та узагальнення матеріалів з різних джерел, включаючи наукову та професійну літературу, бази даних, та перевіряти їх на достовірність, використовуючи сучасні методи дослідження;
- дискутувати зі складних комунікаційних проблем, пропонувати і обґрунтовувати варіанти їх розв'язання;
- володіти системними знаннями та сучасними методами впливу мас-медій;


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:

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Репутаційний менеджмент»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 15.01.09 – 01– 2023
		Стор. 6 із 12	

-начального 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:

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

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Репутаційний менеджмент»	Шифр документа	СМА НАУ РП 15.01.09 – 01– 2023
		Стор. 7 із 12	

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-ризик.

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



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				
1.2	Особливості виникнення та функціонування репутаційного менеджменту	16	2	2 2	10				
1.3	Етапи формування репутаційної стратегії	16	2	2	12				
1.4	Корпоративна соціальна відповідальність як стратегічні інвестиції	16	2	2	12				
1.5	Концептуальні засади державної репутації	19	2 2	2	13				
1.6	Фактори, ознаки й етапи кризи. Антикризові комунікації в управлінні кризовими явищами	16	2	2	12				
1.7	Управління ризикозахищеністю бренду	15	2 1	2	10				
1.8	Модульна контрольна робота №1	8	-	1	7				
<i>Усього за модулем №1</i>		120	17	17	86				
Усього за навчальною дисципліною		120	17	17	86				

3. НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНІ МАТЕРІАЛИ З ДИСЦИПЛІНИ

3.1. Методи навчання

При вивченні навчальної дисципліни використовуються наступні методи навчання:

- пояснювально-ілюстративний метод;
- метод проблемного викладу;

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Репутаційний менеджмент»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 15.01.09 – 01 – 2023
		Стор. 9 із 12	

- 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


1. Кулеба Д. Війна реальність. – К.: Книголав, 2022. – 384 с.
7. Лі Річ. Міфи про PR / Пер. з англ. І. Семенюк. – Х.: Фабула, 2020. – 272 с.
2. Лівін Марк. Сторітелінг для очей, вух і серця. – К.: Наш формат, 2020. – 184 с.
3. Мак-Кі Роберт, Джерас Томас. Сторіноміка: маркетинг у пострекламну епоху / Пер. з англ. Є. Голобородько. – Х.: Віват, 2019. – 240 с.
4. Сазерленд Рорі. Алхімія. Як народжуються шалені ідеї / Пер. з англ. А. Ящук. – К.: Наш Формат, 2019. – 368 с.
5. Сторр Вілл. Наука сторітелінгу. Чому історії впливають на нас і як ними впливати на інших. – К.: Наш Формат, 2022. – 224 с.
6. Фукуяма Ф. Політичний порядок і політичний занепад. Від промислової революції до глобалізації демократії. – К.: Наш Формат, 2019. – 608 с.

Допоміжна література

7. Бейлі Саймон. Міфи про брендинг / Пер. з англ. Я. Машико. – Х.: Фабула, 2020. – 256 с.
8. Берещак В. Комунікаційна стратегія в бізнесі: як досягти максимуму в спілкуванні з аудиторією. – К.: Yakaboo Publishing, 2023. – 194 с.
9. Біденко С. Репутаційний антистрес. Інструктор для власників і топ-менеджерів бізнесу. – К.: Yakaboo Publishing, 2021. – 220 с.
10. Джонсон Б. Фактор Черчилля: як одна людина змінила історію. – К.: Vivat, 2019. – 400 с.
11. Зінсер Вільям. Як писати добре. Класичний посібник зі створення нехудожніх текстів / Пер. з англ. Д. Кожедуб. – К.: Наш Формат, 2022. – 296 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

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Репутаційний менеджмент»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 15.01.09 – 01 – 2023
		Стор. 10 із 12	

3.3.2. Passow T., Fehlmann R. Country Reputation: From Measurement to Management. The Case of Liechtenstein// 2005 IABC International Conference 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.reprtrak.com/reputation-intelligence/what-is-it/>

4. РЕЙТИНГОВА СИСТЕМА ОЦІНЮВАННЯ НАБУТИХ СТУДЕНТОМ ЗНАТЬ 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	8 б×7 = 56	
Виконання творчої роботи (розробка антикризової стратегії;)	12б×2 = 24	
Виконання та захист домашнього завдання (контрольної роботи ЗФН)	-	
<i>Для допуску до виконання модульної контрольної роботи №1 студент має набрати не менше</i>	48 балів	
Виконання модульної контрольної роботи №1	20	
<i>Підсумкова семестрова контрольна робота</i>	-	
Усього за модулем №1	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,

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Репутаційний менеджмент»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 15.01.09 – 01–2023
		Стор. 11 із 12	

навчальної картки та залікової книжки студента, наприклад, так: *92/Відм./А, 87/Добре/В, 79/Добре/С, 68/Задов./D, 65/Задов./Е* 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 – 2023
		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	08.09.23	Фігуров Микола	<i>[Signature]</i>	

(Ф 03.02 – 02)

АРКУШ ОЗНАЙОМЛЕННЯ З ДОКУМЕНТОМ

№ пор.	Прізвище ім'я по-батькові	Підпис ознайомленої особи	Дата ознайомлення	Примітки
1	Мордובה О.О.	<i>[Signature]</i>	11.09.23	Оке.

(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				