

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РЕСПУБЛИКИ ТАДЖИКИСТАН
МЕЖГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКО-ТАДЖИКСКИЙ (СЛАВЯНСКИЙ) УНИВЕРСИТЕТ»**

«Утверждаю»
Декан факультета русской филологии,
журналистики и медиа-технологий
Рахимова А.А.
Рахимова А.А.
«21» 01 2026



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

«Основы репутационного менеджмента»

Направление подготовки – 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки – «Рекламная деятельность»

Форма подготовки – очная

Уровень подготовки – бакалавриат

Рабочая программа составлена в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта высшего образования, утвержденного приказом Министерства образования и науки РФ от № 529 от 08.06.2017 г.

При разработке рабочей программы учитываются

- требования работодателей, профессиональных стандартов по направлению;
- содержание программ дисциплин, изучаемых на предыдущих и последующих этапах обучения;
- новейшие достижения в данной предметной области.

Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры отечественной и международной журналистики, протокол № 6 от 23.01. 2026 г.

Рабочая программа утверждена УМС факультета русской филологии, журналистики и медиатехнологий, протокол № 6 от 26.01.2026 г.

Рабочая программа утверждена Ученым советом факультета русской филологии, журналистики и медиатехнологий, протокол № 6 от 26.01.2026 г.

Расписание занятий дисциплины

Ф.И.О. преподавателя	Семестр	Аудиторные занятия	Приём СРС	Место работы преподавателя работы преподавателя
		Практические занятия (КСР, СРС)		

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1 Цели изучения дисциплины:

Формирование у обучающихся теоретических знаний и практических навыков управления репутацией организации или личности, включая мониторинг, анализ, планирование и реализацию репутационных стратегий и мероприятий с учётом этических, культурных и стратегических аспектов.

1.2. Задачи изучения дисциплины:

- ✓ Изучение сущности, принципов и факторов формирования репутации.
- ✓ Освоение методов анализа и мониторинга репутации организации или личности.
- ✓ Исследование инструментов стратегического и кризисного управления репутацией.
- ✓ Разработка и реализация репутационных кампаний и мероприятий.
- ✓ Анализ поведения и восприятия целевых аудиторий в контексте репутационных стратегий.
- ✓ Применение этических, культурных и правовых норм в управлении репутацией.
- ✓ Оценка эффективности репутационных мероприятий и их интеграция в общую стратегию организации.
- ✓ Формирование аналитического и критического мышления при решении репутационных задач.
- ✓ Развитие навыков командной работы и координации действий при реализации репутационных проектов.
- ✓ Воспитание профессиональной этики, ответственности и стратегического мышления в сфере репутационного менеджмента..

1.3.Требование к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

Код	Результаты освоения ОПОП Содержанием компетенций (в соответствии с ФГОС) и ОПОП	Код и наименование индикатора достижения универсальной компетенции	Вид оценочного средства
УК-3	УК-3. Способен осуществлять социальное	ИУК-3.1. Определяет свою роль в социальном взаимодействии и командной работе, исходя из знания	Наблюдение преподавателя; самооценка роли; отчёты о командной работе Ролевое моделирование;

	взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	социологии и социальной психологии, методов развития личности этических норм профессионального взаимодействия с коллективом ИУК-3.2. При реализации своей роли в социальном взаимодействии и командной работе учитывает особенности поведения и интересы других участников ИУК-3.3. Осуществляет обмен информацией, знаниями и опытом с членами команды; оценивает статусные позиции других членов команды для достижения поставленной цели ИУК-3.4. Соблюдает нормы и установленные правила внутригруппового взаимодействия; несет личную ответственность за результат	наблюдение и обратная связь
ПК-1	ПК-1. Способен разрабатывать и реализовывать рекламные и PR-проекты с учетом целей заказчика, особенностей целевой аудитории, ресурсов и этапов проектной деятельности.	ИПК-1.1. Формулирует цели, задачи и концепцию рекламного или PR-проекта. ИПК-1.2. Разрабатывает структуру проекта, этапы реализации и ресурсы. ИПК-1.3. Оценивает результаты проекта и корректирует проектные решения.	Креативное проектное задание Индивидуальное портфолио идей Презентация концепции проекта (pitch-сессия) Кейс-задание Проектная документация Деловая игра / имитационное задание
ПК-2	ПК-2. Способен анализировать рынок, аудиторию и коммуникационную среду для обоснования маркетинговых и рекламных решений.	ИПК-2.1. Проводит анализ рынка, аудитории и конкурентной среды. ИПК-2.2. Использует методы маркетинговых и социологических исследований. ИПК-2.3. Обосновывает выбор маркетинговых и коммуникационных стратегий.	Практические задания по анализу рынка; кейсы конкурентов Разработка и проведение опросов/интервью; отчёты по собранным данным Защита стратегий; письменные работы с аргументацией; проектные задания с презентацией решений

2.МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Курс «Основы репутационного менеджмента» является дисциплиной вариативной

части (Б1.В.13) и является обязательным составным элементом концептуальной модели подготовки современного журналиста и рассчитан на один семестр.

Дисциплина изучается в VII-VIII семестрах, логически и содержательно-методически взаимосвязана с дисциплинами ОПОП, указанных в таблице 1:

Таблица 1.

№	Название дисциплины	Семестр	Место дисциплины в структуре ОПОП
1.	Основы интегрированных коммуникаций (рекламы и связей с общественностью)	II	Б1.О.23
2.	Этика коммуникаций (профессиональная этика в PR и рекламе)	IV	Б1.В.10
3.	Коммуникационный менеджмент	V	Б1.О.26

При освоении данной дисциплины необходимы умения и готовность («входные» знания) обучающегося по дисциплинам 1, 2, 3 указанных в Таблице 1.

Теоретическое и практическое освоение данной дисциплины является необходимым, как предшествующее, для прохождения практики.

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ КУРСА, КРИТЕРИИ НАЧИСЛЕНИЯ БАЛЛОВ

Объем дисциплины «Основы репутационного менеджмента» составляет 5 зачетных единиц, всего 180 часов, из которых: лекции - 26 часов, практические занятия- 36 часов, КСР – 28 часов, СРС - 90 часов. Всего часов аудиторной нагрузки – 90 часов. Зачет – VII-VIII семестры

Таблица 2.

№ п/п	Раздел дисциплины	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)					Литература	Кол-во баллов в неделю
		Лек.	Пр.	КСР	Контр	СРС		
VII семестр								
1.	Введение в репутационный менеджмент: понятие, сущность и значение репутации	2	2	2		8		20
2.	Принципы и факторы формирования репутации организации	2	2	2		8		20
3.	Аудит и мониторинг репутации: методы и инструменты	2	2	2		8		20
4.	Репутационные риски: выявление, анализ, управление	2	2	2		8		20
5.	Этические и правовые аспекты управления репутацией	2	2	2		8		20

6.	Стратегии построения позитивной репутации	2	2	2		8		20
7.	Коммуникационные инструменты в репутационном менеджменте	2	2	2		6		20
8.	Кризисный PR и управление репутацией в экстремальных ситуациях	2	2	2		6		20
VIII семестр								
9.	Управление репутацией бренда и корпоративной культуры	2	4	2		6		
10.	Взаимодействие с медиа и социальными сетями в репутационном менеджменте	2	4	2		6		
11.	Методы оценки эффективности репутационных стратегий	2	4	2		6		
12.	Разработка и проведение репутационных кампаний	2	4	2		6		
13.	Практическое моделирование ситуаций репутационного кризиса	2	4	4		6		
	ИТОГО: Лек-26 Прак-36 КСР-28 СРС-90							200

Формы контроля и критерии начисления баллов

Контроль усвоения студентом каждой темы осуществляется в рамках балльно-рейтинговой системы (БРС), включающей текущий, рубежный и итоговый контроль. На итоговый контроль знаний студентов выделяется 51% или 100 баллов. Из них 16 баллов администрацией могут быть представлены студенту за особые заслуги (призовые места в Олимпиадах, конкурсах, спортивных соревнованиях, выполнение специальных заданий, активное участие в общественной жизни университета).

В случае пропуска студентом занятий по уважительной причине (при наличии подтверждающего документа) в период академической недели, деканат факультета обращается к проректору по учебной работе с представлением об отработке студентом баллов за пропущенные дни по каждой отдельной дисциплине с последующим внесением их в электронный журнал.

Итоговая форма контроля по дисциплине (зачет, зачет с оценкой, экзамен) проводится как в форме тестирования, так и в традиционной (устной) форме. Тестовая форма итогового контроля по дисциплине предусматривает: для естественнонаучных направлений – 10 тестовых вопросов на одного студента, где правильный ответ оценивается в 10 баллов, для гуманитарных направлений/специальности – 25 тестовых вопросов, где

правильный ответ оценивается в 4 балла. Тестирование проводится в электронном виде, устный экзамен на бумажном носителе с выставлением оценки в ведомости по аналогичной системе с тестированием.

Контроль усвоения студентом каждой темы осуществляется в рамках балльно-рейтинговой системы (БРС), включающей текущий, рубежный и итоговый контроль.

Для студентов 4 курса

Неделя	Активное участие на лекционных занятиях, написание конспекта и выполнение других видов работ	Активное участие на практических (семинарских) занятиях, КСР	СРС Написание реферата, доклада, эссе Выполнение других видов работ	Административный балл за примерное поведение	Балл за рубежный и итоговый контроль	Всего
1	2	3	4	5	6	7
1	-	-	-	-	-	-
2	-	-	-	-	-	-
3	-	-	-	-	-	-
4	-	-	-	-	-	-
5	-	-	-	-	-	-
6	5	5	5	5	-	20
7	-	-	-	-	-	-
8 (промежуточный контроль №1)	5	5	5	5	-	20
9	5	5	5	5	-	20
10	5	5	5	5	-	20
11	5	5	5	5	-	20
12	5	5	5	5	-	20
13	5	5	5	5	-	20
14	5	5	5	5	-	20
15	5	5	5	5	-	20
16 (промежуточный контроль №2)	-	-	-	-	15 + 5 админ баллы	20

ИТОГОВЫЙ КОНТРОЛЬ (зачет, зачет с оценкой, экзамен)					100
ИТОГО :					300

4. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ

4.1.1. План-график выполнения самостоятельной работы по дисциплине

№ п/п	Объём СРС С, ч	Тема СРС	Вид результатов самостоятельной работы	Форма контроля
1.	8	1. Введение в репутационный менеджмент: понятие, сущность и значение репутации	Подготовка аналитического отчета о репутации организации	Обсуждение на практическом занятии
2.	8	2. Принципы и факторы формирования репутации организации	Составление схемы факторов формирования репутации	Проверка письменной работы
3.	8	3. Аудит и мониторинг репутации: методы и инструменты	Разработка плана мониторинга репутации	Презентация проекта
4.	8	4. Репутационные риски: выявление, анализ, управление	Анализ кейса репутационного риска и подготовка рекомендаций	Обсуждение на КСР
5.	8	5. Этические и правовые аспекты управления репутацией	Подготовка аналитического отчета с рекомендациями по этике и законодательству	Проверка письменной работы
6.	8	6. Стратегии построения позитивной репутации	Разработка стратегии формирования позитивного имиджа	Презентация плана на КСР
7.	6	7. Коммуникационные инструменты в репутационном менеджменте	Создание мини-плана коммуникационной кампании	Обсуждение на практическом занятии

8.	6	8. Кризисный PR и управление репутацией в экстремальных ситуациях	Разработка антикризисного плана	Презентация результатов
9.	6	9. Управление репутацией бренда и корпоративной культуры	Подготовка аналитического отчета с рекомендациями по корпоративной культуре	Обсуждение на КСР
10.	6	10. Взаимодействие с медиа и социальными сетями	Разработка плана коммуникации с медиа и соцсетями	Презентация проекта
11.	6	11. Методы оценки эффективности репутационных стратегий	Подготовка отчета по метрикам эффективности	Проверка письменной работы
12.	6	12. Разработка и проведение репутационных кампаний	Разработка репутационной кампании с этапами и КРІ	Обсуждение на КСР
Итого: 90 часов				

4.2. Характеристика заданий для самостоятельной работы обучающихся и методические рекомендации по их выполнению

Цель самостоятельной работы

Формирование и развитие профессиональных навыков в области репутационного менеджмента.

Освоение этапов работы над проектами по управлению репутацией: анализ текущей репутации, планирование репутационных стратегий, разработка мероприятий, выбор инструментов и методов взаимодействия с целевой аудиторией.

Оценка эффективности репутационных мероприятий и их интеграции в общую стратегию организации.

Необходимые предварительные знания и компетенции

Базовые теоретические знания в области PR, коммуникационного менеджмента и репутационного менеджмента.

Основы межличностного взаимодействия, командной работы и управления проектами.

Правовые и этические аспекты коммуникационной и репутационной деятельности.

Навыки планирования и организации мероприятий.

Этапы и содержание выполнения заданий самостоятельной работы

1. Ознакомление с теоретическими материалами:

Изучение сущности, видов и принципов формирования и поддержания репутации организации.

Освоение методов анализа репутационных рисков и стратегий управления репутацией.

Анализ особенностей коммуникационных процессов в управлении репутацией.

Рекомендуемые источники: раздел 3 «Содержание и структура дисциплины».

2. Анализ практических кейсов:

Исследование реальной практики репутационного менеджмента (кризисные ситуации, корпоративные кампании, взаимодействие с медиа и соцсетями, социальные проекты).

Особое внимание — методам оценки репутации, стратегиям взаимодействия с аудиторией, инструментам управления репутацией и соблюдению этических норм.

Формы выполнения заданий

Письменные работы и аналитические отчёты.

Проектная документация: планы репутационных кампаний, карты взаимодействия с целевой аудиторией, антикризисные сценарии.

Презентации, отражающие результаты аналитической и проектной работы.

Технические и методические рекомендации

Активное использование ПК и сети Интернет для поиска и анализа материалов о репутации организаций.

Анализ кейсов репутационного управления и подготовка собственных стратегий и сценариев.

Подготовка презентаций и проектной документации.

Использование цифровых сервисов и онлайн-платформ для визуализации проектов, карт репутационных связей и стратегий коммуникаций.

Особенности выполнения

Самостоятельная работа носит преимущественно практико-ориентированный характер и направлена на формирование навыков анализа, планирования и реализации репутационных стратегий.

4.3. Требования к представлению и оформлению результатов самостоятельной работы

Форма представления

Письменные работы, аналитические обзоры и отчёты о результатах самостоятельной работы выполняются в электронном или печатном виде в соответствии с требованиями преподавателя.

Проектная документация (репутационные стратегии, планы коммуникаций, карты взаимодействия, сценарии антикризисных мер, mind map, roadmap) может быть представлена как в текстовой, так и в графической форме.

Презентации выполняются в формате PDF или PowerPoint (или аналогичных программах), демонстрируют структурированное изложение материала и визуализацию проекта.

Структура работ

Все виды самостоятельной работы должны включать следующие элементы:

Название работы и дата её выполнения.

Цель и задачи работы.

Описание анализируемого репутационного кейса или ситуации.

Основную часть с анализом, обоснованием управленческих решений, выбором инструментов и методов управления репутацией.

Выводы и рекомендации по улучшению репутационной стратегии или предупреждению рисков.

Список использованных источников информации с соблюдением правил библиографического оформления.

Оформление текстовых и графических материалов

Текстовые документы оформляются согласно академическим требованиям: шрифт 12 pt, межстрочный интервал 1,5, стандартные поля.

Таблицы, схемы, графики, диаграммы и карты репутационных процессов должны иметь нумерацию, заголовки, а также ссылки в тексте.

При использовании изображений, логотипов, видеокадров, графического контента необходимо соблюдать авторские права и указывать источник.

Качество презентаций

Слайды должны быть визуально понятными, без перегруженности текстом.

Рекомендуется использовать схемы, карты, графики и иллюстрации для наглядного представления репутационных стратегий и результатов анализа.

Презентация должна логично структурировать проект и демонстрировать ключевые результаты и практические выводы.

Сроки и формы сдачи

Результаты самостоятельной работы сдаются в сроки, установленные преподавателем, через электронную образовательную платформу или в печатном виде.

За несвоевременную сдачу могут быть выставлены уменьшенные баллы согласно регламенту дисциплины.

Оценка и контроль

Результаты оцениваются по следующим критериям:

полнота раскрытия темы;

логичность анализа и обоснования выводов;

оригинальность подходов к решению репутационных задач;

корректность оформления и практическая значимость.

Форма контроля может включать:

устный опрос;

обсуждение на КСР;

письменную проверку;

защиту проекта.

Примечание

Соблюдение требований к оформлению является обязательным и напрямую влияет на итоговую оценку за самостоятельную работу.

4. 4. Критерии оценки выполнения самостоятельной работы:

4-балльная шкала (уровень освоения)	Показатели	Критерии
Отлично (повышенный уровень)	Полнота выполнения задания; логичность и последовательность изложения; самостоятельность выводов и оценок; творческий подход	Задание выполнено самостоятельно и в полном объеме, в установленные сроки. Материал изложен логично и последовательно. Даны полные и аргументированные ответы на все поставленные вопросы. Сформулированы и обоснованы собственные выводы, оценки и проектные решения, проявлен

		творческий подход.
Хорошо (базовый уровень)	Корректность выполнения задания; обоснованность выводов; применение профессиональных понятий	Задание выполнено своевременно и в основном самостоятельно, при незначительной консультационной поддержке преподавателя. Материал изложен последовательно. Даны ответы на все поставленные вопросы. Сформулированы собственные выводы и оценки, однако их обоснование носит частичный характер, творческий подход выражен умеренно.
Удовлетворительно (пороговый уровень) Неудовлетворительно (уровень не сформирован)	Частичное выполнение задания; фрагментарность выводов; недостаточная самостоятельность	Задание выполнено с нарушением сроков и при значительной помощи преподавателя. Материал изложен недостаточно логично и последовательно. Даны ответы не на все поставленные вопросы. Собственные выводы и оценки сформулированы поверхностно и слабо обоснованы.
	Отсутствие самостоятельности и полноты выполнения	Задание не выполнено либо выполнено формально, не соответствует поставленным требованиям и целям самостоятельной работы.

5. СПИСОК УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ И ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. Основная литература

1. **Котлер Ф., Келлер К.Л.** «Маркетинг менеджмент» — Москва: Питер, 2020.
2. **Липтон Р.** «Реклама и PR: теория и практика» — Санкт-Петербург: Питер, 2019.
3. **Шеридан К.** «Современные медиа и цифровой маркетинг» — Москва: Эксмо, 2021.
4. **Давидсон А.** «PR и коммуникации: стратегии и инструменты» — Санкт-Петербург: БХВ-Петербург, 2020.
5. **Морозова Е. А., Соколова Н. В.** «Рекламные кампании и креативные концепции» — Москва: Юрайт, 2022.
6. **Гринберг А., Хэмпсон Р.** «Брендинг и управление репутацией» — Москва: Альпина Паблишер, 2021.
7. **Смирнов И. В.** «Цифровые технологии в рекламе и PR» — Москва: Инфра-М, 2022.

5.2. Дополнительная литература

1. Давыдова, М. А. Креатив в рекламе: технологии и практики. — М.: РГГУ, 2020. Рассматриваются методы генерации идей, креативные техники и подходы к созданию рекламного продукта.

2. Карпов, И. В. Digital-маркетинг и реклама в социальных сетях. — СПб.: Питер, 2019. Практическое руководство по медиапланированию, созданию контента и оценке эффективности цифровых кампаний.

3. Шахов, В. В. PR в цифровой среде. — М.: Юрайт, 2021. Освещаются особенности применения PR-технологий в интернете, управление репутацией и взаимодействие с целевой аудиторией.

4. Смирнова, А. И. Визуальная коммуникация и графический дизайн в рекламе. — М.: ИНФРА-М, 2018. Пособие по созданию визуальных концепций, брендингу и оформлению рекламных материалов.

5. Кравченко, О. Н. Маркетинговые коммуникации: современные тенденции. — М.: ВЛАДОС, 2020. Анализ современных стратегий коммуникации, мультимедийных кампаний и интегрированных подходов.

5.3. Нормативно-правовые материалы (по мере необходимости):

1. Закон РТ «О печати и других СМИ» [Электронный ресурс], режим доступа: <http://mediaschool.tj>

2. Закон РТ «Об информации» [Электронный ресурс], режим доступа: <http://cipi.tj>

3. Закон РТ «Об информатизации» [Электронный ресурс], режим доступа: <http://cipi.tj>

4. Закон РТ «О телевидении и радиовещании» [Электронный ресурс], режим доступа: nansmit.tj

5. Этические нормы журналистской деятельности в Таджикистане [Электронный ресурс], режим доступа: www.odob.tj

6. Закон РТ «О праве на доступ к информации» [Электронный ресурс], режим доступа: <http://cipi.tj>

7. Закон РФ «О средствах массовой информации» [Электронный ресурс], режим доступа: <http://www.consultant.ru>

8. Кодекс профессиональной этики российского журналиста [Электронный ресурс], режим доступа: <http://www.ruj.ru>

5.4 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети Интернет:

А) сайты:

1. http://www.mediascope.ru/files/MediaTrends_%2017.pdf

2. <http://edu.of.ru/attach/17/191749.pdf>

3. <http://cyberleninka.ru/article/n/mediakontent-internet-smi-v-informatsionno-kommunikativnoy-sisteme-regiona>

4. <http://cyberleninka.ru/article/n/k-voprosu-o-narrativnosti-multimediynoy-istorii-kak-novogo-zhanra-internet-smi>

5. <http://new.tj> (Азия-Плюс)

6. www.khovar.tj (НИАТ «Ховар»)

7. <http://avesta.tj> (ИА «Авеста»)

8. <http://www.faraj.com.tj> (Фараж)

9. <http://vecherka.tj> (Вечёрка)

10. <http://safina.tj> (ТВ Сафина)

11. <http://tvt.tj> (Тоҷикистон)

12. <http://www.jahonnamo.tj/ru> (Джахоннамо)

13. <http://www.bbc.com/> (BBC)

14. <http://edition.cnn.com/> (CNN)

15. <http://ru.euronews.com/> (Euronews)

16. <http://www.thetimes.co.uk/> (The Times)
17. <http://www.nytimes.com/> (New-York Times)
18. <http://www.lemonde.fr/> (Монд)
19. <https://www.afp.com/> (АФП)
20. <https://www.dpa.com> (DPA)
21. <http://www.reuters.com/> (Рейтер)
22. <http://www.xinhuanet.com/> (Синьхуа)
23. <http://www.kyodonews.jp> (Киодо Цусин)
24. <http://www.1tv.ru> (Первый канал)
25. <http://www.vesti.ru> (Вести)
26. <http://www.ntv.ru> (НТВ)
27. <http://tass.ru/> (ТАСС)
28. <https://ria.ru> (РИА Новости)

Б) электронные библиотеки по журналистике:

- <http://www.library.cjes>. – Библиотека Центра экстремальной журналистики – одна из крупнейших специализированных электронных библиотек по журналистике в Интернете;
- <http://www.evartist.narod.ru/journ.-> электронная библиотека, включающая разделы: история журналистики, Теория и практика журналистики, Реклама, маркетинг и PR, Логика и риторика, Справочники и словари;
- <http://journalist.virt-ru> –электронный архив журнала «Журналист»;
- <http://www.bibliorossica> – электронная библиотека;
- <http://e-cis.info/index>.
- Официальный сайт журнала «Журналист»: <http://journalist-virt.ru/>
- Справочно-правовая система «Консультант Плюс», Закон РФ «О средствах массовой информации»: <http://www.consultant.ru/popular/smi/>
- МИС – электронный журнал «Медиа. Информация. Коммуникация» // <http://mic.org.ru>
- Электронная библиотечная система IPRbooks.
- Портал образовательных ресурсов МГИ им. Дашковой: <http://www.dashkova.ru/>

5. 5.Перечень информационных технологий и программного обеспечения:

- MS Office
- MicrosoftOfficeProfessional
- Microsoft Windows
- Google Forms
- Scribus OpenShot
- Video Editor
- Audacity
- Adobe Photoshop

6. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Студенты, изучающие курс «Основы репутационного менеджмента», должны овладеть фундаментальными знаниями о сущности репутации, механизмах её формирования, факторах влияния на восприятие организации или личности, а также научиться анализировать репутационные риски и формировать эффективные стратегии управления репутацией. Особое внимание уделяется системному подходу к анализу репутационных ситуаций и применению аналитических инструментов для принятия обоснованных управленческих решений.

Репутационный менеджмент — это современная управленческая дисциплина,

включающая сбор, обработку и интерпретацию данных о восприятии организации различными целевыми аудиториями, мониторинг информационного поля, анализ позитивных и негативных репутационных факторов, моделирование стратегий и оценку последствий коммуникационных решений. Информационными источниками могут быть: медийные и социальные каналы, отчёты об общественном мнении, корпоративные документы, исследования рынка, данные цифровых аналитических сервисов.

Каждый элемент репутационного анализа выполняет определённую функцию: выявление текущего состояния репутации, выявление репутационных рисков, разработка корректирующих стратегий, оценка эффективности проведённых мероприятий и интеграция результатов в общую стратегию управления.

Особенность курса состоит в сочетании традиционных методов преподавания (лекции, практические занятия, контрольные и самостоятельные работы) с интерактивными методиками, направленными на развитие аналитического, критического и стратегического мышления студентов. Среди используемых методов:

- анализ кейсов и практических репутационных ситуаций;
- мозговой штурм по формулировке репутационных гипотез и стратегий;
- подготовка письменных аналитических отчётов и презентаций проектов;
- создание таблиц, схем, графиков и диаграмм на основе репутационных данных;
- изучение и анализ информации из медиа, социальных сетей, цифровых платформ и официальных источников;
- проведение SWOT, PEST и конкурентного анализа в контексте репутации;
- моделирование кризисных сценариев и защита предлагаемых стратегических решений.

При изучении дисциплины особое внимание уделяется практическому освоению методов мониторинга и анализа репутационной информации, выявлению репутационных угроз и возможностей, разработке стратегий формирования позитивного восприятия и планированию коммуникационных действий. Студенты знакомятся с современными инструментами анализа данных, построения репутационных стратегий и подготовки рекомендаций для практической деятельности в организациях.

Программа курса разработана с ориентацией на профессиональные стандарты подготовки специалистов в области коммуникационного и репутационного менеджмента, обеспечивая высокий уровень профессиональной подготовки студентов к работе в коммуникационных службах, PR агентствах, корпоративных подразделениях и аналитических командах. Изучение курса способствует развитию профессионализма в сфере управления репутацией, внедрению современных стандартов и подходов к сбору, анализу и интерпретации репутационной информации.

Самостоятельная работа студентов организована в соответствии с разделом 4 данной рабочей программы, где указаны темы, объёмы выполняемых работ и формы контроля со стороны преподавателя.

Основу обучения составляют аудиторные занятия — лекции, практические занятия и контрольные/самостоятельные работы, направленные на формирование у студентов знаний, навыков и компетенций, необходимых для анализа репутационных ситуаций, разработки управленческих решений, подготовки аналитических материалов и обоснованных стратегий управления репутацией.

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Для реализации дисциплины на базе Отделения журналистики функционируют учебные радиолaborатория и телестудия, редакция газеты «Студенческие вести», аудитории оснащены необходимым оборудованием (проекторы, телевизоры, доступ к on-line ресурсам через Интернет). Студенты имеют возможности пользоваться ресурсами в

библиотеке университета, включая электронную, а также печатными материалами на кафедре отечественной и международной журналистики.

В Университете созданы специальные условия для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья - специальные учебники, учебные пособия и дидактические материалы, специальные технические средства обучения коллективного и индивидуального пользования, предоставление услуг ассистента (помощника), оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь, проведение групповых и индивидуальных коррекционных занятий, обеспечение доступа в здания организаций и другие условия, без которых невозможно или затруднено освоение дисциплины обучающимися с ограниченными возможностями здоровья.

Обучающимся с ограниченными возможностями здоровья предоставляются бесплатно специальные учебники и учебные пособия, иная учебная литература, а также обеспечивается:

- наличие альтернативной версии официального сайта организации в сети "Интернет" для слабовидящих;

- присутствие ассистента, оказывающего обучающемуся необходимую помощь;

- обеспечение выпуска альтернативных форматов печатных материалов (крупный шрифт или аудиофайлы);

- возможность беспрепятственного доступа обучающихся в учебные помещения, столовые, туалетные и другие помещения организации, а также пребывания в указанных помещениях (наличие пандусов, поручней, расширенных дверных проёмов, лифтов).

8. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ИТОГАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ

Форма итоговой аттестации (экзамен в традиционном виде) по дисциплине «Создание рекламного продукта»

Форма промежуточной аттестации (1 и 2 рубежный контроль)

Итоговая система оценок по кредитно-рейтинговой системе с использованием буквенных символов

Оценка по буквенной системе	Диапазон соответствующих наборных баллов	Численное выражение оценочного балла	Оценка по традиционной системе
A	10	95-100	Отлично
A-	9	90-94	
B+	8	85-89	Хорошо
B	7	80-84	
B-	6	75-79	
C+	5	70-74	Удовлетворительно
C	4	65-69	
C-	3	60-64	
D+	2	55-59	
D	1	50-54	Неудовлетворительно
Fx	0	45-49	
F	0	0-44	

Содержание текущего контроля, промежуточной аттестации, итогового контроля раскрываются в фонде оценочных средств, предназначенных для проверки соответствия уровня подготовки по дисциплине требованиям ФГОС ВО.

ФОС по дисциплине является логическим продолжением рабочей программы учебной дисциплины. ФОС по дисциплине прилагается.