

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

Факультет русской филологии, журналистики и медиатехнологий
Кафедра отечественной и международной журналистики

«Утверждаю»
Декан факультета русской филологии,
журналистики и медиатехнологий

Галимов А.А.
«27» 01 2026 г.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
по учебной дисциплине
«Основы репутационного менеджмента»

Направление подготовки – **42.03.01 «Журналистика»**
Программа подготовки – **«Реклама и связи с общественностью»**
Форма подготовки – **очная**
Уровень подготовки – **бакалавриат**
4 курс

Душанбе - 2026 г.

**ПАСПОРТ
ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ**

по дисциплине «Основы репутационного менеджмента»

№ п/п	Контролируемые разделы, темы*	Формируемые компетенции*	Индикаторы достижения компетенции*	Оценочные средства*	
				Количество тестовых вопросов к экзамену	Другие оценочные средства Вид
7 СЕМЕСТР					
1.	Тема 1. Введение в социальный маркетинг: сущность, цели и задачи	УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	<p>ИУК-3.1. Определяет свою роль в социальном взаимодействии и командной работе, исходя из знания социологии и социальной психологии, методов развития личности этических норм профессионального взаимодействия с коллективом</p> <p>ИУК-3.2. При реализации своей роли в социальном взаимодействии и командной работе учитывает особенности поведения и интересы других участников</p> <p>ИУК-3.3. Осуществляет обмен информацией, знаниями и опытом с членами команды; оценивает статусные позиции других членов команды для достижения поставленной цели</p> <p>ИУК-3.4. Соблюдает нормы и установленные правила внутригруппового взаимодействия; несет личную ответственность за результат</p>	6	Рабочая тетрадь Опрос Презентация Дискуссия
2.	Тема 2. Принципы и факторы формирования репутации организации	ПК-1. Способен разрабатывать и реализовывать рекламные и PR-проекты с учетом целей заказчика, особенностей целевой аудитории, ресурсов и этапов проектной деятельности.	<p>ИПК-1.1. Формулирует цели, задачи и концепцию рекламного или PR-проекта.</p> <p>ИПК-1.2. Разрабатывает структуру проекта, этапы реализации и ресурсы.</p> <p>ИПК-1.3. Оценивает результаты проекта и корректирует проектные решения.</p>	6	Рабочая тетрадь Опрос Презентация Дискуссия
3.	Тема 3. Аудит и мониторинг репутации: методы и инструменты	ПК-2. Способен анализировать рынок, аудиторию и коммуникационную среду для обоснования	<p>ИПК-2.1. Проводит анализ рынка, аудитории и конкурентной среды.</p> <p>ИПК-2.2. Использует методы маркетинговых и социологических исследований.</p> <p>ИПК-2.3. Обосновывает выбор маркетинговых и</p>	6	Рабочая тетрадь Опрос Презентация Дискуссия

		маркетинговых и рекламных решений.	коммуникационных стратегий.		
4.	Тема 4. Репутационные риски: выявление, анализ, управление	УК-3. ПК-1. ПК-2.	ИУК-3.1. ИУК-3.2. ИУК-3.3. ИУК-3.4. ИПК-1.1. ИПК-1.2. ИПК-1.3. ИПК-2.1. ИПК-2.2. ИПК-2.3.	6	Рабочая тетрадь Опрос Презентация Дискуссия
5.	Тема 5. Этические и правовые аспекты управления репутацией	УК-3. ПК-1. ПК-2.	ИУК-3.1. ИУК-3.2. ИУК-3.3. ИУК-3.4. ИПК-1.1. ИПК-1.2. ИПК-1.3. ИПК-2.1. ИПК-2.2. ИПК-2.3.	6	Рабочая тетрадь Опрос Презентация Дискуссия
6.	Тема 6. Стратегии построения позитивной репутации	УК-3. ПК-1. ПК-2.	ИУК-3.1. ИУК-3.2. ИУК-3.3. ИУК-3.4. ИПК-1.1. ИПК-1.2. ИПК-1.3. ИПК-2.1. ИПК-2.2. ИПК-2.3.	6	Рабочая тетрадь Опрос Презентация Дискуссия
7.	Тема 7. Коммуникационные инструменты в репутационном менеджменте	УК-3. ПК-1. ПК-2.	ИУК-3.1. ИУК-3.2. ИУК-3.3. ИУК-3.4. ИПК-1.1. ИПК-1.2. ИПК-1.3. ИПК-2.1. ИПК-2.2. ИПК-2.3.	6	Рабочая тетрадь Опрос Презентация Дискуссия
8.	Тема 8. Кризисный PR и управление репутацией в экстремальных ситуациях	УК-3. ПК-1. ПК-2.	ИУК-3.1. ИУК-3.2. ИУК-3.3. ИУК-3.4. ИПК-1.1. ИПК-1.2. ИПК-1.3. ИПК-2.1. ИПК-2.2. ИПК-2.3.	6	Рабочая тетрадь Опрос Презентация Дискуссия
8 СЕМЕСТР					
9.	Тема 9 Управление репутацией бренда	УК-3. ПК-1. ПК-2.	ИУК-3.1. ИУК-3.2. ИУК-3.3.	6	Рабочая тетрадь Опрос

	и корпоративной культуры		ИУК-3.4. ИПК-1.1. ИПК-1.2. ИПК-1.3. ИПК-2.1. ИПК-2.2. ИПК-2.3.		Презентация Дискуссия
10.	Тема 10. Взаимодействие с медиа и социальными сетями в репутационном менеджменте	УК-3. ПК-1. ПК-2.	ИУК-3.1. ИУК-3.2. ИУК-3.3. ИУК-3.4. ИПК-1.1. ИПК-1.2. ИПК-1.3. ИПК-2.1. ИПК-2.2. ИПК-2.3.	6	Рабочая тетрадь Опрос Презентация Дискуссия
11.	Тема 11. Методы оценки эффективности репутационных стратегий	УК-3. ПК-1. ПК-2.	ИУК-3.1. ИУК-3.2. ИУК-3.3. ИУК-3.4. ИПК-1.1. ИПК-1.2. ИПК-1.3. ИПК-2.1. ИПК-2.2. ИПК-2.3.	6	Рабочая тетрадь Опрос Презентация Дискуссия
12.	Тема 12. Разработка и проведение репутационных кампаний	УК-3. ПК-1. ПК-2.	ИУК-3.1. ИУК-3.2. ИУК-3.3. ИУК-3.4. ИПК-1.1. ИПК-1.2. ИПК-1.3. ИПК-2.1. ИПК-2.2. ИПК-2.3.	6	Рабочая тетрадь Опрос Презентация Дискуссия
13.	Тема 13. Практическое моделирование ситуаций репутационного кризиса	УК-3. ПК-1. ПК-2.	ИУК-3.1. ИУК-3.2. ИУК-3.3. ИУК-3.4. ИПК-1.1. ИПК-1.2. ИПК-1.3. ИПК-2.1. ИПК-2.2. ИПК-2.3.	6	Рабочая тетрадь Опрос Презентация Дискуссия
Всего:				78	

¹ Наименования разделов, тем, модулей соответствуют рабочей программе дисциплины.

Перечень оценочных средств

№ п/п	Наименование оценочного средства	Характеристика оценочного средства	Представление оценочного средства в ФОС
1.	Рабочая тетрадь	Дидактический комплекс, предназначенный для самостоятельной работы обучающегося и позволяющий оценивать уровень усвоения им учебного материала.	Тематика конспектов Темы для письменного анализа, отзыва, комментариев
2.	Дискуссия	Оценочное средство, позволяющее включить обучающихся в процесс обсуждения спорного вопроса, проблемы и оценить их умение аргументировать собственную точку зрения.	Перечень дискуссионных тем для проведения дискуссии
3.	Презентация	Оценочное средство, позволяющее оценить умение обучающихся анализировать, работать с большим количеством данных, в том числе мультимедийных, выделять среди них наиболее важное, тезисно и наглядно, используя различные медиа, представлять ключевые идеи, доносить до аудитории полноценную информацию о предмете, помочь составить целостное представление о нем.	Тематика, требования и рекомендации по подготовке презентации
4.	Опрос	Метод контроля, позволяющий не только опрашивать и контролировать знания учащихся, но и сразу же поправлять, повторять и закреплять знания, умения и навыки	Тематика занятия и перечень вопросов

Оформление заданий для рабочей тетради
МОУ ВО «Российско-Таджикский» (Славянский) университет»
Кафедра отечественной и международной журналистики
Рабочая тетрадь
по дисциплине «**Основы репутационного менеджмента**»

Тематика:

Тема 1. Введение в социальный маркетинг: сущность, цели и задачи

Законспектировать тему, рассмотрев понятие социального маркетинга, его основные цели, задачи и функции. Показать роль социального маркетинга в формировании общественного мнения и продвижении социальных инициатив.

Источник: Котлер Ф., Ли Н. Социальный маркетинг: изменение поведения во благо общества. – М.: Альпина Паблишер, 2017. – 384 с. – основные понятия и принципы социального маркетинга.

Тема 2. Принципы и факторы формирования репутации организации

Законспектировать тему, выделив основные принципы построения репутации организации и ключевые внутренние и внешние факторы, влияющие на её восприятие.

Источник: Фоминых И. В. Репутационный менеджмент: теория и практика. – М.: Юрайт, 2020. – 312 с. – принципы формирования репутации организации.

Тема 3. Аудит и мониторинг репутации: методы и инструменты

Законспектировать тему, описав основные методы аудита репутации, инструменты мониторинга общественного мнения и способы анализа репутационных показателей.

Источник: Власова О. В. Мониторинг и оценка репутации компании. – СПб.: Питер, 2019. – 256 с. – методы аудита и мониторинга репутации.

Тема 4. Репутационные риски: выявление, анализ, управление

Законспектировать тему, рассмотрев виды репутационных рисков, методы их выявления и оценки, а также подходы к управлению и минимизации негативного воздействия.

Источник: Соколов А. П. Управление репутационными рисками. – М.: Инфра-М, 2021. – 280 с. – выявление, анализ и управление репутационными рисками.

Тема 5. Этические и правовые аспекты управления репутацией

Законспектировать тему, выделив основные этические нормы и законодательные требования, влияющие на управление репутацией организаций и коммуникации с аудиторией.

Источник: Мельник Л. А. Этика и право в корпоративном управлении. – М.: Юрайт, 2020. – 298 с. – этические и правовые нормы репутационного менеджмента.

Тема 6. Стратегии построения позитивной репутации

Законспектировать тему, рассмотрев стратегические подходы к формированию положительного имиджа организации, методы укрепления доверия и поддержания репутации.

Источник: Белов С. В. Стратегии репутационного менеджмента. – М.: Экономика, 2019. – 264 с. – построение и поддержание позитивной репутации.

Тема 7. Коммуникационные инструменты в репутационном менеджменте

Законспектировать тему, описав PR-инструменты, каналы коммуникации, digital-технологии и социальные сети, применяемые для управления репутацией.

Источник: Чумиков А. Н., Бочаров М. П. Связи с общественностью: теория и практика. – М.: Юрайт, 2021. – 336 с. – коммуникационные инструменты в репутационном менеджменте.

Тема 8. Кризисный PR и управление репутацией в экстремальных ситуациях

Законспектировать тему, рассмотрев методы предотвращения и преодоления репутационных кризисов, стратегии коммуникации с заинтересованными сторонами и аудиториями в стрессовых ситуациях.

Источник: Иванова Е. А. Кризисный PR и антикризисное управление. – СПб.: Питер, 2020. – 288 с. – управление репутацией в кризисных ситуациях.

Тема 9. Управление репутацией бренда и корпоративной культуры

Законспектировать тему, описав взаимосвязь корпоративной культуры, бренда организации и её репутации. Рассмотреть способы формирования положительного восприятия бренда внутри и вне организации.

Источник: Петрова Н. С. Бренд и корпоративная культура: влияние на репутацию. – М.: Юрайт, 2021. – 270 с. – управление репутацией через бренд и корпоративную культуру.

Тема 10. Взаимодействие с медиа и социальными сетями в репутационном менеджменте

Законспектировать тему, изучив особенности работы с журналистами, блогерами, платформами социальных сетей, методы формирования доверия и прозрачности информации.

Источник: Кузнецов А. В. Медиа и социальные сети в управлении репутацией. – М.: РАНХиГС, 2020. – 300 с. – работа с медиа и соцсетями для формирования репутации.

Тема 11. Методы оценки эффективности репутационных стратегий

Законспектировать тему, выделив количественные и качественные показатели оценки репутации, методики анализа общественного мнения и измерения результативности репутационных мероприятий.

Источник: Власова О. В. Оценка эффективности репутационных стратегий. – СПб.: Питер, 2021. – 256 с. – методы оценки эффективности репутационных стратегий.

Тема 12. Разработка и проведение репутационных кампаний

Законспектировать тему, рассмотрев этапы планирования и реализации репутационных кампаний: постановка целей, выбор инструментов, определение целевой аудитории и контроль результатов.

Источник: Белов С. В. Репутационные кампании: планирование и реализация. – М.: Экономика, 2020. – 280 с. – разработка и проведение репутационных кампаний.

Тема 13. Практическое моделирование ситуаций репутационного кризиса

Законспектировать тему, проведя анализ типовых ситуаций репутационных кризисов, разработку сценариев реагирования и практическое моделирование действий по предотвращению или минимизации ущерба.

Источник: Иванова Е. А. Кризисный PR и репутационный менеджмент: практическое руководство. – СПб.: Питер, 2021. – 296 с. – моделирование и управление репутационными кризисами.

Характеристика задания:

- Конспект представляет собой последовательную запись содержания книги, лекции, других видов работ, преимущественно научных, чью основу составляют тезисы, выписки, цитаты.
- Анализ, согласно различным толковым словарям, – это метод исследования путем расчленения исследуемого предмета или явления, рассмотрения отдельных сторон, свойств, составных частей изучаемого предмета, вопроса, проблемы; противоположным понятием является «синтез». Для грамотного анализа темы следует внимательно изучить текст, постичь и изложить главную мысль, идею, основные положения, сделать и изложить выводы.
- Комментарий – это «рассуждение, пояснительные замечания по поводу чего-нибудь» («Толковый словарь Ушакова»). Выполнение задания подразумевает краткое изложение своего мнения, своих замечаний, мыслей, рассуждений относительно прочитанного и проанализированного текста.
- Глоссарий – этот вид работы подразумевает подбор и систематизацию терминов. Оформляется письменно, включает названия и значения терминов и понятий (чаще всего в алфавитном порядке)
- Тестовые задания – Этот вид работы способствует закреплению изученной информации путем ее конкретизации. Студент должен составить как сами тесты, так и эталоны ответов к ним. Количество тестов можно определить или давать произвольно. Контроль качества тестов производится на практических занятиях, либо в письменном виде.

Критерии оценки:

- оценка **«отлично»** выставляется студенту, если студент показывает систематизированные, глубокие и полные знания по вопросам программы; точное использование научной терминологии, систематически грамотное и логически правильное изложение ответа на вопросы; безупречное владение инструментарием, умение его эффективно использовать в постановке научных и практических задач; полное и глубокое усвоение основной литературы,
- оценка **«хорошо»** ставится если студент имеет достаточно полные и систематизированные знания; умеет ориентироваться в основных теориях, концепциях и направлениях и давать им критическую оценку; за использование научной терминологии, лингвистически и логически правильное изложение ответа на вопросы, умение делать обоснованные выводы; владение инструментарием, умение его использовать в постановке и решении научных и профессиональных задач; усвоение основной литературы, рекомендованной программой практики; средний уровень сформированности заявленных компетенций.
- оценка **«удовлетворительно»** ставится за достаточный минимальный объем знаний; усвоение основной литературы, рекомендованной программой практики; умение ориентироваться в основных теориях, концепциях и направлениях и давать им оценку; использование научной терминологии, стилистическое и логическое изложение ответа на вопросы, умение делать выводы без существенных ошибок; владение инструментарием, умение его использовать в решении типовых задач; достаточный минимальный уровень сформированности заявленных компетенций.;
- оценка **«неудовлетворительно»** присуждается если студент имеет фрагментарные знания; за отказ от ответа; знание отдельных рекомендованных источников; неумение использовать научную терминологию; наличие грубых ошибок; низкий уровень сформированности заявленных компетенций.

Оформление тем для дискуссии
МОУ ВО «Российско-Таджикский» (Славянский) университет»
Кафедра отечественной и международной журналистики
Перечень тем для дискуссий
по дисциплине «Основы репутационного менеджмента»

Тема 1. Роль социального маркетинга в решении общественных проблем

Обсудить значение социального маркетинга в решении актуальных социальных проблем общества. Проанализировать примеры успешных социальных кампаний и определить их влияние на изменение поведения людей.

Источник: Котлер Ф., Ли Н. Социальный маркетинг: изменение поведения во благо общества. – М.: Альпина Паблишер, 2017. – 384 с. – роль социального маркетинга в решении общественных проблем.

Тема 2. Влияние репутации организации на доверие общества

Обсудить, как репутация организации влияет на формирование доверия со стороны общества, партнеров и клиентов. Рассмотреть примеры организаций с сильной и слабой репутацией.

Источник: Фоминых И. В. Репутационный менеджмент: теория и практика. – М.: Юрайт, 2020. – 312 с. – влияние репутации на доверие общества.

Тема 3. Этические границы социального маркетинга

Обсудить морально-этические ограничения при использовании методов социального маркетинга. Рассмотреть возможные манипуляции общественным мнением и их последствия.

Источник: Мельник Л. А. Этика и право в корпоративном управлении. – М.: Юрайт, 2020. – 298 с. – этические аспекты маркетинговых коммуникаций.

Тема 4. Роль средств массовой информации в формировании репутации

Обсудить влияние традиционных СМИ и цифровых платформ на формирование и изменение репутации организаций. Проанализировать реальные примеры медийного воздействия.

Источник: Чумиков А. Н., Бочаров М. П. Связи с общественностью: теория и практика. – М.: Юрайт, 2021. – 336 с. – роль медиа в формировании репутации.

Тема 5. Социальные сети как инструмент социального маркетинга

Обсудить возможности и риски использования социальных сетей для продвижения социальных инициатив и формирования общественного мнения.

Источник: Кузнецов А. В. Медиа и социальные сети в управлении репутацией. – М.: РАНХиГС, 2020. – 300 с. – использование социальных сетей в коммуникационных стратегиях.

Тема 6. Репутационные риски в современном информационном обществе

Обсудить причины возникновения репутационных кризисов в условиях цифровой среды и способы их предотвращения.

Источник: Соколов А. П. Управление репутационными рисками. – М.: Инфра-М, 2021. – 280 с. – анализ и управление репутационными рисками.

Тема 7. Кризисный PR: необходимость или реакция на ошибки

Обсудить роль кризисных коммуникаций в деятельности организаций. Рассмотреть, можно ли предотвратить кризисы заранее.

Источник: Иванова Е. А. Кризисный PR и антикризисное управление. – СПб.: Питер, 2020. – 288 с. – особенности кризисных коммуникаций.

Тема 8. Социальная ответственность бизнеса как фактор репутации

Обсудить значение корпоративной социальной ответственности для формирования положительной репутации компаний и доверия общества.

Источник: Котлер Ф., Ли Н. Корпоративная социальная ответственность. – М.: Альпина Паблишер, 2019. – 352 с. – социальная ответственность бизнеса и её влияние на репутацию.

Тема 9. Манипуляция общественным мнением в маркетинговых коммуникациях

Обсудить границу между убеждением и манипуляцией в маркетинговых коммуникациях и социальном маркетинге.

Источник: Почепцов Г. Г. Теория коммуникации. – М.: Рефл-бук, 2018. – 320 с. – механизмы воздействия на общественное мнение.

Тема 10. Репутация бренда в цифровую эпоху

Обсудить особенности формирования и поддержания репутации бренда в условиях цифровых технологий и онлайн-коммуникаций.

Источник: Петрова Н. С. Бренд и корпоративная культура: влияние на репутацию. – М.: Юрайт, 2021. – 270 с. – управление репутацией бренда.

Тема 11. Эффективность социальных кампаний: как её измерить

Обсудить методы оценки эффективности социальных и репутационных кампаний, их преимущества и ограничения.

Источник: Власова О. В. Оценка эффективности репутационных стратегий. – СПб.: Питер, 2021. – 256 с. – методы оценки эффективности коммуникационных стратегий.

Тема 12. Влияние корпоративной культуры на имидж организации

Обсудить, как внутренняя культура компании влияет на её внешний имидж и репутацию.

Источник: Шейн Э. Организационная культура и лидерство. – СПб.: Питер, 2018. – 416 с. – роль корпоративной культуры в формировании имиджа организации.

Тема 13. Роль лидеров мнений в социальном маркетинге

Обсудить значение блогеров, экспертов и общественных деятелей в продвижении социальных идей и кампаний.

Источник: Котлер Ф., Келлер К. Маркетинг-менеджмент. – М.: Питер, 2019. – 848 с. – влияние лидеров мнений на поведение аудитории.

Тема 14. Международный опыт социального маркетинга

Обсудить примеры успешных международных социальных кампаний и возможность их адаптации в национальных условиях.

Источник: Андреасен А. Маркетинг социальных изменений. – М.: Вильямс, 2018. – 352 с. – международный опыт социальных маркетинговых программ.

Тема 15. Будущее социального маркетинга в условиях цифровой трансформации

Обсудить перспективы развития социального маркетинга, влияние технологий, искусственного интеллекта и цифровых платформ на коммуникацию с обществом.

Источник: Чаффи Д., Эллис-Чадвик Ф. Цифровой маркетинг. – М.: Питер, 2021. – 544 с. – влияние цифровых технологий на маркетинговые коммуникации.

Характеристика задания:

Выполнение задания требует предварительной подготовки – внимательного прочтения указанных выше произведений, их всестороннего изучения и анализа. Анализ, согласно различным толковым словарям, – это метод исследования путем расчленения исследуемого предмета или явления, рассмотрения отдельных сторон, свойств, составных частей изучаемого предмета, вопроса, проблемы; противоположным понятием является «синтез». Для грамотного анализа следует внимательно изучить текст с точки зрения формы и содержания, постичь и во время дискуссии изложить главную мысль, идею, основные положения, выделить/определить стилистические особенности, охарактеризовать композицию, язык, сформулировать выводы.

Критерии оценки:

- оценка «**отлично**» выставляется студенту, если задание полностью выполнено и оформлено в соответствии с требованиями;
- оценка «**хорошо**» выставляется студенту, если задание выполнено на 60-80% – не полностью соответствует указанным требованиям, требует доработки;
- оценка «**удовлетворительно**» выставляется студенту, если задание выполнено лишь частично, на 35-50%;
- оценка «**неудовлетворительно**» выставляется студенту, который не выполнил задание.

Оформление тем для докладов
МОУ ВО «Российско-Таджикский (Славянский) университет»
Кафедра отечественной и международной журналистики
Перечень тем для опросов
по дисциплине «**Основы репутационного менеджмента**»

Тема 1. Понятие и сущность репутационного менеджмента

Определить содержание понятия репутационного менеджмента, его цели, задачи и значение для деятельности организации.

Тема 2. Репутация организации и её значение

Рассмотреть роль репутации в развитии организации и её влияние на доверие со стороны общества, клиентов и партнёров.

Тема 3. Имидж и репутация организации

Проанализировать различия и взаимосвязь понятий имиджа и репутации.

Тема 4. Факторы формирования репутации

Рассмотреть внутренние и внешние факторы, влияющие на формирование репутации организации.

Тема 5. Репутация как нематериальный актив организации

Определить значение репутации как важного стратегического ресурса компании.

Тема 6. Роль корпоративной культуры в формировании репутации

Рассмотреть влияние корпоративных ценностей, норм и традиций на репутацию организации.

Тема 7. Коммуникации в репутационном менеджменте

Проанализировать значение коммуникаций в процессе формирования и поддержания репутации.

Тема 8. Средства массовой информации и репутация организации

Рассмотреть влияние СМИ на формирование общественного мнения об организации.

Тема 9. Социальные сети в управлении репутацией

Изучить возможности использования социальных сетей для формирования и поддержания репутации.

Тема 10. Репутационные риски организации

Определить основные виды репутационных рисков и причины их возникновения.

Тема 11. Репутационный кризис

Рассмотреть причины возникновения репутационных кризисов и их последствия для организации.

Тема 12. Кризисные коммуникации

Проанализировать особенности коммуникаций организации в условиях кризисной ситуации.

Тема 13. Репутационный аудит

Рассмотреть методы анализа и оценки текущего состояния репутации организации.

Тема 14. Мониторинг репутации в медиапространстве

Определить способы отслеживания упоминаний об организации в СМИ и интернете.

Тема 15. Репутация бренда

Рассмотреть особенности формирования и поддержания репутации бренда.

Тема 16. Репутация руководителя организации

Проанализировать влияние личной репутации руководителя на имидж компании.

Тема 17. Корпоративная социальная ответственность и репутация

Рассмотреть роль социальной ответственности в формировании положительной репутации организации.

Тема 18. Взаимодействие организации с общественностью

Изучить формы и методы взаимодействия компании с различными группами общественности.

Тема 19. Репутационный менеджмент в цифровой среде

Рассмотреть влияние цифровых технологий на управление репутацией организации.

Тема 20. Репутационные стратегии организации

Определить основные подходы и стратегии формирования положительной репутации.

Тема 21. Управление репутацией в государственных организациях

Рассмотреть особенности формирования и поддержания репутации в государственном секторе.

Тема 22. Этические аспекты репутационного менеджмента

Проанализировать моральные и этические нормы в управлении репутацией.

Тема 23. Международный опыт управления репутацией

Рассмотреть примеры практики репутационного менеджмента в зарубежных компаниях.

Тема 24. Оценка эффективности репутационных мероприятий

Определить основные показатели и методы оценки эффективности репутационных стратегий.

Тема 25. Перспективы развития репутационного менеджмента

Рассмотреть современные тенденции и направления развития управления репутацией организаций.

Характеристика задания:

Цель задания: Развивать умение самостоятельно изучать литературный материал, анализировать произведения и направления, формулировать выводы и представлять их в устной форме.

Задачи:

1. Ознакомиться с выбранной темой, историческим и культурным контекстом.
2. Выделить основные идеи, принципы, художественные особенности произведений и авторов.
3. Сравнить направления, жанры, стили или авторские концепции.

4. Подготовить краткую, логически структурированную устную презентацию с опорой на текст и учебные источники.

Требования к докладу:

- **Объём:** 5–7 минут устного доклада.
- **Структура доклада:**
 1. Введение (краткий исторический и культурный контекст).
 2. Основная часть (характеристика направления, автора или произведения, ключевые идеи и художественные особенности).
 3. Заключение (значение темы для истории литературы, выводы).
- **Источники:** минимум 1–2 учебных или научных источника (например, учебники, монографии, статьи).
- **Оформление:** можно использовать слайды, цитаты, иллюстрации, таблицы для наглядности.

Критерии оценки:

- оценка «отлично» выставляется студенту, если задание полностью выполнено и оформлено в соответствии с требованиями;
- оценка «хорошо» выставляется студенту, если задание на 70% – не полностью соответствует указанным требованиям, требует доработки;
- оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если задание выполнено лишь частично, на 20-30%;
- оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, который не выполнил задание.

Оформление тем для презентаций
МОУ ВО «Российско-Таджикский (Славянский) университет»
Кафедра международной и отечественной журналистики
Перечень тем для презентаций
по дисциплине «Основы репутационного менеджмента»

Тема 1. Понятие и сущность репутационного менеджмента

Рассмотреть понятие репутационного менеджмента, его цели, задачи и значение для современной организации.

Тема 2. Репутация организации как стратегический ресурс

Показать роль репутации в развитии организации, её влияние на доверие клиентов, партнёров и общества.

Тема 3. Имидж и репутация: сходства и различия

Рассмотреть понятия имиджа и репутации, определить их взаимосвязь и отличительные особенности.

Тема 4. Факторы формирования репутации организации

Проанализировать внутренние и внешние факторы, влияющие на формирование репутации компании.

Тема 5. Репутационный капитал организации

Раскрыть понятие репутационного капитала и его значение для долгосрочного развития организации.

Тема 6. Репутационные риски и способы их предотвращения

Рассмотреть основные виды репутационных рисков и методы их выявления и минимизации.

Тема 7. Роль корпоративной культуры в формировании репутации

Показать влияние ценностей, норм и традиций организации на её репутацию.

Тема 8. Репутационный менеджмент в системе стратегического управления

Рассмотреть место управления репутацией в общей системе менеджмента организации.

Тема 9. Коммуникационные стратегии в репутационном менеджменте

Проанализировать основные коммуникационные стратегии, применяемые для формирования положительной репутации.

Тема 10. Средства массовой информации и репутация организации

Рассмотреть влияние СМИ на формирование и поддержание репутации компании.

Тема 11. Социальные сети в управлении репутацией

Показать роль цифровых платформ и социальных сетей в формировании репутации организации.

Тема 12. Корпоративная социальная ответственность и репутация

Рассмотреть влияние социальной ответственности бизнеса на формирование положительного имиджа и репутации.

Тема 13. Кризисный PR и управление репутацией

Проанализировать особенности управления репутацией в условиях кризисных ситуаций.

Тема 14. Репутационный аудит организации

Рассмотреть методы анализа и оценки текущего состояния репутации организации.

Тема 15. Мониторинг репутации в информационном пространстве

Изучить инструменты мониторинга репутации в СМИ и интернете.

Тема 16. Управление репутацией бренда

Рассмотреть особенности формирования и поддержания репутации бренда.

Тема 17. Репутация руководителя и её влияние на организацию

Показать роль личности руководителя в формировании репутации компании.

Тема 18. Взаимодействие организации с общественностью

Рассмотреть основные формы взаимодействия компании с обществом и заинтересованными сторонами.

Тема 19. Репутационный менеджмент в государственных организациях

Проанализировать особенности управления репутацией в государственном секторе.

Тема 20. Репутационный менеджмент в условиях цифровой среды

Рассмотреть влияние цифровых технологий на процессы формирования репутации.

Тема 21. Этические аспекты репутационного менеджмента

Проанализировать моральные и этические нормы в управлении репутацией организации.

Тема 22. Репутационные кампании: планирование и реализация

Рассмотреть этапы разработки и проведения репутационных кампаний.

Тема 23. Методы оценки эффективности репутационных стратегий

Определить основные показатели эффективности мероприятий по управлению репутацией.

Тема 24. Международный опыт управления репутацией

Проанализировать практику репутационного менеджмента в зарубежных компаниях.

Тема 25. Перспективы развития репутационного менеджмента

Рассмотреть современные тенденции и будущие направления развития управления репутацией организаций.

Характеристика задания:

Структура презентации - количество слайдов должны соответствовать содержанию и продолжительности выступления (для 7-минутного выступления рекомендуется использовать не более 10 слайдов) – наличие титульного слайда и слайда с выводами;

Наглядность - иллюстрации хорошего качества, с четким изображением, текст легко читается – используются средства наглядности информации (таблицы, схемы, графики и т. д.);

Дизайн и настройка - оформление слайдов соответствует теме, не препятствует восприятию содержания, для всех слайдов презентации используется один и тот же шаблон оформления;

Содержание - презентация отражает основные этапы исследования (проблема, цель, гипотеза, ход работы, выводы, ресурсы) – содержит полную, понятную информацию по теме работы – орфографическая и пунктуационная грамотность;

Требования к выступлению - выступающий свободно владеет содержанием, ясно и грамотно излагает материал – свободно и корректно отвечает на вопросы и замечания аудитории – точно укладывается в рамки регламента (7 – 10 минут)

Критерии оценки:

- оценка «**отлично**» выставляется студенту, если задание полностью выполнено и оформлено в соответствии с требованиями;
- оценка «**хорошо**» выставляется студенту, если задание на 70% – не полностью соответствует указанным требованиям, требует доработки;
- оценка «**удовлетворительно**» выставляется студенту, если задание выполнено лишь частично, на 20-30%;
- оценка «**неудовлетворительно**» выставляется студенту, который не выполнил задание.

КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (ДЛЯ ТЕКУЩЕЙ АТТЕСТАЦИИ И КОНТРОЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ)

1. Что понимается под репутацией организации?
2. Что такое репутационный менеджмент?
3. Каковы основные цели и задачи репутационного менеджмента?
4. Чем отличается имидж организации от её репутации?
5. Какие факторы влияют на формирование репутации организации?
6. Почему репутация считается важным нематериальным активом компании?
7. Какие элементы формируют репутационный капитал организации?
8. Как корпоративная культура влияет на репутацию организации?
9. Какую роль играет руководство организации в формировании её репутации?
10. Какие группы общественности влияют на репутацию компании?
11. Какова роль коммуникаций в управлении репутацией?
12. Какие инструменты используются в репутационном менеджменте?
13. Как средства массовой информации влияют на репутацию организации?
14. Как социальные сети влияют на формирование общественного мнения об организации?
15. Какие преимущества и риски связаны с использованием социальных сетей для управления репутацией?
16. Что такое репутационные риски?
17. Какие виды репутационных рисков существуют?
18. Какие факторы могут привести к репутационному кризису?
19. Что такое репутационный кризис?
20. Какие этапы включает процесс управления репутационным кризисом?
21. Что такое кризисные коммуникации?
22. Какие действия должна предпринять организация в случае репутационного кризиса?
23. Что такое репутационный аудит?
24. Какие методы используются для анализа репутации организации?
25. Что такое мониторинг репутации?
26. Какие инструменты используются для мониторинга репутации в интернете?
27. Как проводится анализ общественного мнения о компании?
28. Какие показатели используются для оценки репутации организации?
29. Что такое репутационная стратегия?
30. Какие этапы включает разработка репутационной стратегии?
31. Что такое репутационная кампания?
32. Какие задачи решают репутационные кампании?
33. Какова роль PR-деятельности в управлении репутацией?
34. Что такое корпоративная социальная ответственность?
35. Как социальная ответственность влияет на репутацию организации?
36. Как взаимодействие с общественностью влияет на репутацию компании?
37. Какую роль играют сотрудники организации в формировании её репутации?
38. Что такое репутация бренда?
39. Как связаны бренд и репутация организации?
40. Какие методы используются для укрепления положительной репутации?
41. Как цифровые технологии влияют на управление репутацией?
42. Какие особенности имеет репутационный менеджмент в условиях цифровой среды?
43. Какие ошибки могут привести к ухудшению репутации организации?
44. Какие меры помогают предотвратить репутационные риски?
45. Как проводится оценка эффективности репутационных мероприятий?
46. Какие показатели используются для анализа эффективности репутационных стратегий?
47. Какие особенности имеет управление репутацией в государственных организациях?

48. Как международный опыт используется в репутационном менеджменте?
49. Какие современные тенденции наблюдаются в развитии репутационного менеджмента?
50. Каковы перспективы развития репутационного менеджмента в условиях цифровой экономики?

КОНТРОЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ И ВОПРОСЫ ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОГО КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

- 1. Вопрос:** Что понимается под репутацией организации?
Задание: Приведите пример компании с сильной репутацией и объясните, какие факторы способствовали её формированию.
- 2. Вопрос:** Что такое репутационный менеджмент?
Задание: Составьте краткую схему основных задач репутационного менеджмента в организации.
- 3. Вопрос:** Чем отличается имидж организации от её репутации?
Задание: Подготовьте сравнительную таблицу «Имидж и репутация».
- 4. Вопрос:** Какие факторы влияют на формирование репутации организации?
Задание: Перечислите и охарактеризуйте внутренние и внешние факторы формирования репутации.
- 5. Вопрос:** Почему репутация считается нематериальным активом компании?
Задание: Обоснуйте значение репутации для конкурентоспособности организации.
- 6. Вопрос:** Что такое репутационный капитал?
Задание: Приведите примеры элементов, формирующих репутационный капитал компании.
- 7. Вопрос:** Как корпоративная культура влияет на репутацию организации?
Задание: Опишите основные элементы корпоративной культуры, влияющие на репутацию.
- 8. Вопрос:** Какую роль играет руководство организации в формировании репутации?
Задание: Приведите пример влияния репутации руководителя на имидж компании.
- 9. Вопрос:** Что такое репутационные риски?
Задание: Составьте перечень возможных репутационных рисков для выбранной организации.
- 10. Вопрос:** Какие причины могут привести к репутационному кризису?
Задание: Проанализируйте возможные последствия репутационного кризиса.
- 11. Вопрос:** Что такое кризисные коммуникации?
Задание: Разработайте краткий план действий организации в условиях репутационного кризиса.
- 12. Вопрос:** Как СМИ влияют на репутацию организации?
Задание: Проанализируйте пример положительного или негативного медийного освещения деятельности компании.
- 13. Вопрос:** Как социальные сети влияют на репутацию организации?
Задание: Предложите способы эффективного использования социальных сетей для укрепления репутации.
- 14. Вопрос:** Что такое мониторинг репутации?
Задание: Перечислите основные инструменты мониторинга репутации в интернете.
- 15. Вопрос:** Что такое репутационный аудит?
Задание: Опишите этапы проведения репутационного аудита организации.
- 16. Вопрос:** Какие методы используются для оценки репутации организации?
Задание: Приведите примеры количественных и качественных методов оценки.
- 17. Вопрос:** Что такое репутационная стратегия?
Задание: Определите основные этапы разработки репутационной стратегии.
- 18. Вопрос:** Какие коммуникационные инструменты применяются в репутационном менеджменте?
Задание: Составьте список основных PR-инструментов.
- 19. Вопрос:** Что такое репутационная кампания?
Задание: Опишите этапы подготовки и реализации репутационной кампании.
- 20. Вопрос:** Как корпоративная социальная ответственность влияет на репутацию компании?

- Задание:** Приведите пример социальной инициативы компании.
- 21. Вопрос:** Что такое взаимодействие с общественностью?
Задание: Перечислите основные формы взаимодействия организации с общественностью.
- 22. Вопрос:** Как сотрудники организации влияют на её репутацию?
Задание: Предложите меры по формированию положительного имиджа сотрудников.
- 23. Вопрос:** Что такое бренд организации?
Задание: Объясните связь бренда и репутации компании.
- 24. Вопрос:** Какие факторы формируют доверие к организации?
Задание: Составьте список факторов, повышающих доверие аудитории.
- 25. Вопрос:** Что такое информационная политика организации?
Задание: Опишите основные принципы информационной политики компании.
- 26. Вопрос:** Какова роль PR-службы в управлении репутацией?
Задание: Опишите основные функции PR-специалиста.
- 27. Вопрос:** Какие ошибки могут привести к ухудшению репутации?
Задание: Приведите примеры распространённых ошибок организаций.
- 28. Вопрос:** Что такое публичные коммуникации организации?
Задание: Перечислите основные каналы публичных коммуникаций.
- 29. Вопрос:** Какие методы используются для формирования положительной репутации?
Задание: Предложите мероприятия по укреплению репутации компании.
- 30. Вопрос:** Что такое стратегическое управление репутацией?
Задание: Составьте краткую схему процесса стратегического управления репутацией.

Составитель _____ Боровицкая Л.А.

«_____» _____ 2026 г.