

МИНИСТЕРСТВО ТРАНСПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
(МИНТРАНС РОССИИ)
ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ВОЗДУШНОГО ТРАНСПОРТА
(РОСАВИАЦИЯ)
ФГБОУ ВО «САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ ГРАЖДАНСКОЙ АВИАЦИИ»
(ФГБОУ ВО СПбГУ ГА)



УТВЕРЖДАЮ

Первый проректор-проректор по
учебной работе

Н.Н. Сухих

2018 года

Рабочая программа дисциплины (модуля)

**РЕПУТАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В РЕКЛАМЕ И СВЯЗЯХ С
ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ**

Направление подготовки
42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность программы (профиль)
Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе

Квалификация выпускника
(бакалавр)

Форма обучения - **очная**

Санкт-Петербург
2018

1 Цели освоения дисциплины (модуля)

Целями дисциплины «Репутационные технологии в рекламе и связях с общественностью» являются: формирование у студентов теоретических **знаний** об основах репутационных технологий, тенденций современных антикризисных и репутационных технологий и особенностях их использования в практике PR-специалиста, а также приобретение **умений** и практических **навыков** принятия эффективных управленческих решений в целях предотвращения репутационных угроз.

Задачами освоения дисциплины являются:

- сформировать **знания** о понятийном аппарате данной дисциплины; получить представление о специфике проведения репутационных кампаний в бизнесе, государственных и муниципальных структурах;
- приобрести **умения** планирования репутационной программы, построения коммуникации в кризисных ситуациях;
- выработать **навыки** использования репутационных технологий в целях создания публичитного капитала организации.

Дисциплина обеспечивает подготовку выпускника к коммуникационной и рекламно-информационной, рыночно-исследовательской и прогнозно-аналитической видам профессиональной деятельности.

2 Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП ВО

Дисциплина (модуль) «Репутационные технологии в рекламе и связях с общественностью» представляет собой дисциплину, относящуюся к вариативной части Блока 1 Дисциплины (Модули).

Дисциплина (модуль) «Репутационные технологии в рекламе и связях с общественностью» базируется на результатах обучения, полученных при изучении дисциплин: «Основы интегрированных коммуникаций» и «Социальная психология»

Дисциплина (модуль) «Репутационные технологии в рекламе и связях с общественностью» является обеспечивающей для дисциплин: «Научно-исследовательская работа обучающегося и «Современная пресс-служба»

Дисциплина (модуль) изучается в 6 семестре.

3 Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)

Процесс освоения дисциплины «Репутационные технологии в рекламе и связях с общественностью» направлен на формирование следующих компетенций:

Перечень и код компетенций	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
<p>способность осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах (ОПК-1)</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – профессиональные функции специалиста в сфере применения репутационных технологий; <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – планировать и осуществлять репутационные коммуникации в различных структурах; <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – навыками применения репутационных технологий в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах.

<p>умение планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-4)</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – особенности проведения кампаний по формированию публичитного капитала в бизнесе, государственных и муниципальных структурах; <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – эффективно использовать PR-коммуникации в рамках мероприятий в условиях развития ситуации, представляющей угрозу имиджу и репутации организации; <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – навыками планирования и управления в сфере формирования публичитного капитала организации.
<p>Способность владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов (ПК-11)</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – особенности написания аналитических справок, обзоров и прогнозов в целях формирования публичитного капитала в бизнесе, государственных и муниципальных структурах; <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> –обеспечивать письменные PR-коммуникации в рамках репутационных технологий; <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – навыками составления и распространения аналитических справок, обзоров и прогнозов в сфере репутационных технологий.

4 Объем дисциплины (модуля) и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 академических часов.

Наименование	Всего часов	Семестры
		6
Общая трудоемкость дисциплины	108	108
Контактная работа:	64,3	64,3
лекции	32	32
практические занятия	32	32
семинары	-	-
лабораторные работы	-	-
курсовой проект (работа)	-	-
Самостоятельная работа студента	35	35
Промежуточная аттестация	9	9
Контактная работа	0,3	0,3
Самостоятельная работа по подготовке к зачету	Зачет 8,7	Зачет

5 Содержание дисциплины (модуля)

5.1 Соотнесения тем (разделов) дисциплины (модуля) и формируемых компетенций

Темы дисциплины (модуля)	Количество часов	Компетенции			Образовательные технологии	Оценочные средства
		ОП К-1	ОП К-4	ПК-11		
Тема 1. Теоретико-методологические основания репутационных технологий	13	+			ВК,Л, ПЗ, СРС	У.
Тема 2. Репутационные технологии в системе интегрированных коммуникаций	13	+			Л, ПЗ, СРС	У, Д
Тема 3. Репутационные технологии: основные понятия	13	+			Л, ПЗ, СРС	У, Д
Тема 4. Репутационные риски: определения, подходы к пониманию	13	+			Л, ПЗ, СРС	У, Д
Тема 5. Репутационный менеджмент: структура, виды, основные понятия	11	+	+		Л, ПЗ, СРС	У, Д
Тема 6. Особенности	12	+	+		Л, ПЗ, СРС	У, Д

Темы дисциплины (модуля)	Количество часов	Компетенции			Образовательные технологии	Оценочные средства
		ОП К-1	ОП К-4	ПК-11		
репутационной стратегии						
Тема 7. Специфика работы специалиста по рекламе и связям с общественностью с репутационными технологиями	13	+	+	+	Л, ПЗ, СРС	У, Д
Тема 8. Особенности применения репутационных технологий в информационном пространстве	11	+	+	+	Л, ПЗ, СРС	У, Д
Итого по дисциплине	99					
Промежуточная аттестация	9					
Всего по дисциплине (модулю)	108					

Л – лекция, ПЗ – практическое занятие, СРС – самостоятельная работа студента, ВК – входной контроль, У – устный опрос, Д – доклад.

5.2 Темы (разделы) дисциплины (модуля) и виды занятий

Наименование темы дисциплины (модуля)	Л	ПЗ	С	ЛР	СРС	КР	Всего часов
Тема 1. Теоретико-методологические основания репутационных технологий	4	4	-	-	5	-	13
Тема 2. Репутационные технологии в системе интегрированных коммуникаций	4	4	-	-	5	-	13
Тема 3. Репутационные технологии: основные понятия	4	4	-	-	5	-	13
Тема 4. Репутационные риски: определения, подходы к пониманию	4	4	-	-	5	-	13
Тема 5. Репутационный менеджмент: структура, виды, основные понятия	4	4	-	-	3	-	11
Тема 6. Особенности репутационной стратегии	4	4	-	-	4	-	12
Тема 7. Специфика работы специалиста по рекламе и связям с общественностью с репутационными технологиями	4	4	-	-	5	-	13
Тема 8. Особенности применения репутационных технологий в информационном пространстве	4	4	-	-	3	-	11
Итого за семестр	32	32			35		99
Промежуточная аттестация							9
Всего по дисциплине (модулю)							108

5.3 Содержание дисциплины (модуля)

ТЕМА 1. Теоретико-методологические основания репутационных технологий

Объект и предмет репутационных технологий. Направления деятельности специалиста по репутационному менеджменту и его взаимодействие со специалистом по рекламе и связям с общественностью. Роль репутации в комплексе нематериальных активов организации.

ТЕМА 2. Репутационные технологии в системе интегрированных коммуникаций

Место репутационных технологий в системе интегрированных коммуникаций. Роль репутационных технологий в системе репутационного менеджмента. Методы оценки репутации. Основные технологии формирования репутации.

ТЕМА 3. Репутационные технологии: основные понятия

Назначение и возможности репутационных технологий. Виды технологий, применяемых в кризисных ситуациях. Технологии упреждающего и оперативного типа: особенности применения. Антикризисные стратегии защиты благоприятного имиджа и репутации организации.

ТЕМА 4. Репутационные риски: определения, подходы к пониманию

Понятия «репутация» и «репутационный риск». Система подходов к пониманию репутации, раскрывающих различные атрибутивные аспекты.

ТЕМА 5. Репутационный менеджмент: структура, виды, основные понятия

Определение репутационного менеджмента. Уровни репутационного менеджмента. Паблицити, имидж, репутация. Категориальный аппарат. Кризис как угроза репутации организации. Этические проблемы применения репутационных технологий.

ТЕМА 6. Особенности репутационной стратегии

Методология создания репутационной стратегии. Репутационная стратегия организации. Особенности репутационной стратегии государства. Прогнозирование и планирование кризисных ситуаций в рамках репутационной стратегии.

ТЕМА 7. Специфика работы специалиста по рекламе и связям с общественностью с репутационными технологиями

Задачи специалиста по рекламе и связям с общественностью при составлении репутационной стратегии. Роль специалиста по рекламе и СО в преодолении кризисной ситуации. Технология составления аналитических справок, обзоров и прогнозов в рамках профилактических антикризисных мероприятий. Инструкции и другие документы, регламентирующие деятельность специалиста по рекламе и связям с общественностью в условиях кризиса.

ТЕМА 8. Особенности применения репутационных технологий в информационном пространстве

Специфика и правила построения коммуникации по созданию и поддержке репутации. Особенности деятельности департамента по связям с общественностью в условиях предкризисной, кризисной и посткризисной ситуации. План коммуникаций по поддержке репутации как часть стратегии взаимодействия со СМИ. Роль аналитических справок, обзоров и прогнозов в структуре коммуникации по созданию и поддержке репутации организации.

5.4 Практические занятия (семинары)

Номер темы дисципли ны (модуля)	Тематика практических занятий (семинаров)	Трудо- емкость (часы)
	6 семестр	
1	Практическое занятие № 1. Объект репутационных технологий.	2
1	Практическое занятие № 2. Взаимодействие специалиста по репутационному менеджменту со специалистом по рекламе и связям с общественностью.	2
2	Практическое занятие № 3. Антикризисные технологии и антикризисные коммуникации.	2
2	Практическое занятие № 4. Роль репутационных технологий в системе репутационного менеджмента.	2
3	Практическое занятие № 5. Виды антикризисных технологий.	2
3	Практическое занятие № 6. Кризисные технологии упреждающего и оперативного типа.	2
4	Практическое занятие № 7. Признаки кризисной ситуации.	2
4	Практическое занятие № 8. Виды кризисов.	2
5	Практическое занятие № 9. Уровни кризис-менеджмента.	2
5	Практическое занятие № 10. Этические проблемы антикризисного PR.	2
6	Практическое занятие № 11. Прогнозирование и планирование кризисных ситуаций.	2

Номер темы дисципли ны (модуля)	Тематика практических занятий (семинаров)	Трудо- емкость (часы)
	6 семестр	
6	Практическое занятие № 12. Антикризисная стратегия организации.	2
7	Практическое занятие № 13. Роль PR- специалиста в преодолении кризисной ситуации.	2
7	Практическое занятие № 14. Документы, регламентирующие деятельность специалиста по рекламе и связям с общественностью в условиях кризиса.	2
8	Практическое занятие № 15. Основные ошибки организации коммуникации в условиях кризиса.	2
8	Практическое занятие № 16. Кризисный план коммуникаций как часть стратегии взаимодействия со СМИ.	2
	Итого за семестр	32
	Итого по дисциплине (модулю)	32

5.5 Лабораторный практикум

Лабораторный практикум учебным планом не предусмотрен.

5.6 Самостоятельная работа

Номер темы дисципли ины (модуля)	Виды самостоятельной работы	Трудо- емкость (часы)
1	1. Работа с основной и дополнительной литературой: [1, 2, 3, 5]. 2 Составление развернутого плана-конспекта по основным вопросам практического занятия. 3. Подготовка к выступлениям на практических занятиях с докладами	5
2	1. Работа с основной и дополнительной литературой: [1, 2, 3, 5]. 2 Составление развернутого плана-конспекта по основным вопросам практического занятия. 3. Подготовка к выступлениям на практических занятиях с докладами	5
3	1. Работа с основной и дополнительной литературой: [1, 3,4, 5,6]. 2 Составление развернутого плана-конспекта по основным вопросам практического занятия. 3. Подготовка к выступлениям на практических занятиях с докладами	5
4	1. Работа с основной и дополнительной литературой: [1, 4, 5, 6]. 2 Составление развернутого плана-конспекта по основным вопросам практического занятия. 3. Подготовка к выступлениям на практических занятиях	5

Номер темы дисциплины ины (модуля)	Виды самостоятельной работы	Трудо- емкость (часы)
	с докладами	
5	1. Работа с основной и дополнительной литературой: [1, 4, 5, 6]. 2 Составление развернутого плана-конспекта по основным вопросам практического занятия. 3. Подготовка к выступлениям на практических занятиях с докладами	3
6	1. Работа с основной и дополнительной литературой: [1, 4, 5, 6]. 2 Составление развернутого плана-конспекта по основным вопросам практического занятия. 3. Подготовка к выступлениям на практических занятиях с докладами	4
7	1. Работа с основной и дополнительной литературой: [1, 4, 5, 6,7]. 2 Составление развернутого плана-конспекта по основным вопросам практического занятия. 3. Подготовка к выступлениям на практических занятиях с докладами	5
8	1. Работа с основной и дополнительной литературой: [1, 4, 5, 6,7]. 2 Составление развернутого плана-конспекта по основным вопросам практического занятия. 3. Подготовка к выступлениям на практических занятиях	3

Номер темы дисципли ины (модуля)	Виды самостоятельной работы	Трудо- емкость (часы)
	с докладами	
	Итого за семестр	35
	Итого по дисциплине (модулю)	35

5.7 Курсовые работы

Курсовые работы (проекты) учебным планом не предусмотрены.

Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

а) основная литература:

1 Ольшевский, А.С. **Антикризисный PR и консалтинг** [Текст]. – СПб.: Питер, 2003. – 432 с. – ISBN 5-94723-314-2. Количество экземпляров 25.

2 Кочеткова, А. И. Основы управления в условиях хаоса. Антикризисное управление. В 2 ч. Часть 1 : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / А. И. Кочеткова, П. Н. Кочетков. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 383 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-01883-7. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/71F26AED-C687-4202-8A5B-92D9ED38F2F3.

3 Кочеткова, А. И. Основы управления в условиях хаоса. Антикризисное управление. В 2 ч. Часть 2 : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / А. И. Кочеткова, П. Н. Кочетков. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 221 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-02133-2. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/2ECD5A24-1297-4D9B-B563-35911675F429.

б) дополнительная литература:

4 Франц, В. А. **Управление общественным мнением** : учебное пособие для академического бакалавриата / В. А. Франц. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 133 с. — (Серия : Университеты России). — ISBN 978-5-534-08047-6. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/0CAA48DB-3738-456A-925B-0C7DF641998A.

6 Зуб, А. Т. **Антикризисное управление** : учебник для бакалавров / А. Т. Зуб. — 2-е изд., пер. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 343 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3179-2. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/46B55207-0F1D-42E1-A830-D3AC41F665D8.

7 Жильцова, О. Н. **Связи с общественностью** : учебное пособие для академического бакалавриата / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 337 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-9890-0. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/31A973AE-44D8-4661-A975-5FAB3F9C229D.

в) перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

8 Журнал «Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.online-science.ru/>, свободный (дата обращения: 29.01.2018).

9 Журнал «Вопросы философии» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://vphil.ru/>, свободный (дата обращения: 29.01.2018).

10 Журнал «Социологические исследования» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.isras.ru/>, свободный (дата обращения: 29.01.2018).

11 Административно-управленческий портал [Электронный ресурс] — Режим доступа: <http://www.aup.ru/>, свободный (дата обращения: 29.01.2018).

12 Aviation Explorer [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.aex.ru/>, свободный (дата обращения: 29.01.2018).

13 Федеральное агентство воздушного транспорта. Росавиация [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.favt.ru/>, свободный (дата обращения: 29.01.2018).

14 Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.gks.ru/>, свободный (дата обращения: 29.01.2018).

г) программное обеспечение (лицензионное), базы данных, информационно-справочные и поисковые системы:

15 Единое окно доступа к образовательным ресурсам [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://window.edu.ru/>, свободный (дата обращения: 29.01.2018).

16 Консультант Плюс [Электронный ресурс]: официальный сайт компании Консультант Плюс. — Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>, свободный (дата обращения: 29.01.2018).

17 Электронная библиотека научных публикаций «eLIBRARY.RU» [Электронный ресурс] — Режим доступа: <http://elibrary.ru/>, свободный (дата обращения: 29.01.2018).

18 Научно-информационное пространство Соционет [Электронный ресурс] — Режим доступа: <https://socionet.ru/>, свободный (дата обращения: 29.01.2018).

19 Федеральный образовательный портал ЭСМ [Электронный ресурс] — Режим доступа: <http://ecsocman.hse.ru/>, свободный (дата обращения: 29.01.2018).

7 Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

Репутационные технологии	Поточная аудитория 306	Мультимедийный проектор AcerX1261P Ноутбук ПК Asus, Экран Lumien Master picture 180*180 Доступ в сеть Интернет	Microsoft Windows 7 professional, Microsoft Windows office professional plus 2007, Acrobat professional 9 Windows International, al,Kasperskiy Anti-Virus Suite для WKS и FS, Abbyy Fine Reader 10 Corporate Editional
--------------------------	------------------------	---	---

8 Образовательные и информационные технологии

Дисциплина «Репутационные технологии в рекламе и связях с общественностью» предполагает использование следующих образовательных технологий: входной контроль, лекции, практические занятия и самостоятельная работа студента.

Входной контроль проводится преподавателем в начале изучения дисциплины с целью коррекции процесса усвоения студентами дидактических единиц. Он осуществляется по вопросам дисциплин «Основы интегрированных коммуникаций» и «Социальная психология», на которых базируется дисциплина «Репутационные технологии в рекламе и связях с общественностью».

Традиционная лекция составляет основу теоретического обучения в рамках дисциплины и направлена на систематизированное изложение накопленных и актуальных научных знаний. Лекция предназначена для раскрытия состояния и перспектив дисциплины «Репутационные технологии в рекламе и связях с общественностью» в современных условиях. На лекции концентрируется внимание обучающихся на наиболее сложных вопросах, стимулируется познавательная деятельность студентов.

Ведущим методом в лекции выступает устное изложение учебного материала, который сопровождается одновременной демонстрацией слайдов, созданных в программе PowerPoint, при необходимости привлекаются открытые Интернет-ресурсы и дополнительные журналы по тематике дисциплины «Репутационные технологии в рекламе и связях с общественностью».

Практические занятия по дисциплине «Репутационные технологии в рекламе и связях с общественностью» проводятся в соответствии с учебно-тематическим планом по отдельным группам. Цель практических занятий (семинаров) – закрепить теоретические знания, полученные обучающимися на лекциях и в результате самостоятельного изучения соответствующих разделов рекомендуемой литературы, а также приобрести начальные практические навыки дисциплины «Репутационные технологии в рекламе и связях с общественностью». Семинар предназначен для более глубокого освоения и анализа тем, изучаемых в рамках данной дисциплины.

Самостоятельная работа студента (обучающегося) является составной частью учебной работы. Ее основной целью является формирование навыка самостоятельного приобретения знаний по некоторым не особо сложным вопросам теоретического курса, закрепление и углубление полученных знаний, самостоятельная работа со справочниками, периодическими изданиями, в том числе находящимися в глобальных компьютерных сетях. Самостоятельная работа подразумевает выполнение учебных заданий и подготовка ответов на вопросы.

9 Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины (модуля)

Фонд оценочных средств дисциплины «Репутационные технологии в рекламе и связях с общественностью» представляет собой комплекс

методических и контрольных измерительных материалов, предназначенных для определения качества результатов обучения и уровня сформированности компетенций обучающихся в ходе освоения данной дисциплины. В свою очередь, задачами использования фонда оценочных средств являются осуществление как текущего контроля успеваемости студентов, так и промежуточной аттестации в форме зачета. Фонд оценочных средств дисциплины «Репутационные технологии в рекламе и связях с общественностью» включает: устные опросы, доклады.

Устный опрос проводится на практических занятиях в течение не более 10 минут с целью контроля усвоения теоретического материала, излагаемого на лекции. Перечень вопросов определяется уровнем подготовки учебной группы, а также индивидуальными особенностями обучающихся. Контроль выполнения задания, выдаваемого на самостоятельную работу, преследует собой цель своевременного выявления плохо усвоенного материала дисциплины для последующей корректировки или организации обязательной консультации. Проверка выданного задания производится не реже чем один раз в две недели.

Доклад – это продукт самостоятельной работы обучающегося, представляющий собой публичное выступление по представлению полученных результатов решения определенной учебно-практической или учебно-исследовательской темы. Доклады студентов занимают не больше 10 минут и могут проводиться в форме презентаций в среде MS Office PowerPoint.

Промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины «Репутационные технологии в рекламе и связях с общественностью» проводится в виде зачета в 6 семестре.

Зачет позволяет оценить уровень освоения компетенций за весь период изучения дисциплины. Зачет предполагает ответ на теоретические вопросы из перечня вопросов, вынесенных на зачет. К моменту сдачи зачета должны быть успешно пройдены предыдущие формы контроля.

9.1 Балльно-рейтинговая оценка текущего контроля успеваемости и знаний студентов

6 семестр

Раздел (тема) / Вид учебных занятий (оценочных заданий), позволяющих студенту продемонстрировать достигнутый уровень сформированности компетенций	Количество баллов (из общего расчета 100 баллов на дисциплину)		Срок контроля (порядковый номер недели с начала семестра)	Прим.
	миним. (порог.зн.)	максим. (порог.зн.)		
Лекция № 1	1	1	1	
Практическое занятие № 1	1	3	1	
Лекция № 2	1	1	2	
Практическое занятие № 2	2	3	2	
Лекция № 3	1	1	3	
Практическое занятие № 3	1	3	3	
Лекция № 4	1	1	4	
Практическое занятие № 4	1	3	4	
Лекция № 5	1	1	5	
Практическое занятие № 5	2	3	5	
Лекция № 6	1	1	6	
Практическое занятие № 6	2	3	6	
Лекция № 7	1	1	7	
Практическое занятие № 7	1	3	7	
Лекция № 8	1	1	8	
Практическое занятие № 8	1	3	8	
Лекция № 9	1	1	9	

Раздел (тема) / Вид учебных занятий (оценочных заданий), позволяющих студенту продемонстрировать достигнутый уровень сформированности компетенций	Количество баллов (из общего расчета 100 баллов на дисциплину)		Срок контроля (порядковый номер недели с начала семестра)	Прим.
	миним. (порог.зн.)	максим. (порог.зн.)		
Практическое занятие № 9	3	4	9	
Лекция № 10	1	1	10	
Практическое занятие № 10	2	3	10	
Лекция № 11	1	1	11	
Практическое занятие № 11	2	4	11	
Лекция № 12	1	1	12	
Практическое занятие № 12	3	4	12	
Лекция № 13	1	1	13	
Практическое занятие № 13	2	4	13	
Лекция № 14	1	1	14	
Практическое занятие № 14	3	3	14	
Лекция № 15	1	1	15	
Практическое занятие № 15	2	4	15	
Лекция № 16	1	1	16	
Практическое занятие № 16	1	4	16	
Итого по обязательным видам занятий	45	70		
Зачет	15	30		
Итого по дисциплине (модулю)	60	100		
Перевод баллов балльно-рейтинговой системы в оценку по 5-ти				

Раздел (тема) / Вид учебных занятий (оценочных заданий), позволяющих студенту продемонстрировать достигнутый уровень сформированности компетенций	Количество баллов (из общего расчета 100 баллов на дисциплину)		Срок контроля (порядковый номер недели с начала семестра)	Прим.
	миним. (порог.зн.)	максим. (порог.зн.)		
балльной «академической» шкале				
Количество баллов по БРС	Оценка (по 5-ти балльной «академической» шкале)			
90 и более	5 – «отлично»			
70÷89	4 – «хорошо»			
60÷69	3 – «удовлетворительно»			
менее 60	– «неудовлетворительно»			

9.2 Методические рекомендации по проведению процедуры оценивания знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

В процессе преподавания дисциплины «Репутационные технологии в рекламе и связях с общественностью» для текущей аттестации обучающихся используются следующие формы:

- заслушивание и оценка докладов и выступлений по вопросам тем семинарских занятий;
- устные опросы.

По итогам освоения дисциплины проводится промежуточная аттестация обучающихся в форме зачета.

Основными документами, регламентирующими порядок организации и проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации студентов, обучающихся в ГУГА являются: Устав СПбГУГА, учебная программа по соответствующему направлению подготовки бакалавров, Положение о балльно-рейтинговой системе оценки знаний и обеспечения качества учебного процесса в ГУГА.

На первом занятии преподаватель доводит до сведения обучающихся график текущего контроля освоения дисциплины и критерии оценки знаний при текущем контроле успеваемости, а также сроки и условия промежуточной итоговой аттестации.

Реализацию непрерывного контроля знаний согласно графику преподаватель осуществляет за счет часов, предусмотренных нормами времени на проверку различного рода письменных работ, проведение консультаций и пр.

Показателями, характеризующими текущую учебную работу студентов, являются:

- активность посещения занятий и работы на занятиях;
- выступление с докладами;
- оценка письменных заданий (аудиторных работ).

Сроки промежуточной аттестации определяются графиком учебного процесса. По дисциплине «Репутационные технологии в рекламе и связях с общественностью» предусмотрен зачет. Для допуска к нему необходимо предоставить все письменные работы, выполняемые в течение семестра.

Зачет проводится в форме устного ответа на 3 вопроса из приведенного ниже (9.6) списка.

9.3 Темы курсовых работ (проектов) по дисциплине (модулю)

Написание курсовых работ (проектов) учебным планом не предусмотрено.

9.4 Контрольные вопросы для проведения входного контроля остаточных знаний по обеспечивающим дисциплинам (модулям)

Основы интегрированных коммуникаций

- 1 Понятие интегрированных маркетинговых коммуникаций.
- 2 Направления деятельности PR-специалистов.
- 3 Медиарилейшнз в системе PR-технологий.
- 4 Каналы рекламной коммуникации.
- 5 Понятие и компоненты корпоративной культуры.

Социальная психология

- 1 Факторы формирования и изменения установок.
- 2 Проблема соотношения установок и поведения.
- 3 Я-схема и факторы ее формирования.
- 4 Самоинтерпретация и поведение.
- 5 Типичные ошибки самопознания.

9.5 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Формулировка осваиваемой части компетенции	Этапы формирования компетенции	Показатели (на что направлена (в чем выражается) определенная способность)
--	--------------------------------	---

Формулировка осваиваемой части компетенции	Этапы формирования компетенции	Показатели (на что направлена (в чем выражается) определенная способность)
<p>ОПК-1:</p> <p>способность осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы связей с общественностью в различных структурах</p>	<p>Знать:</p> <p>– профессиональные функции специалиста в сфере применения репутационных технологий;</p> <p>Уметь:</p> <p>– планировать и осуществлять репутационные коммуникации в различных структурах;</p> <p>Владеть:</p> <p>– навыками применения репутационных технологий в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах.</p>	<p>Базовый уровень:</p> <p>Имеет представление об основных репутационных технологиях и стратегиях</p> <p>Имеет представление о планировании деятельности по формированию и поддержанию репутации</p> <p>Имеет представление о применении репутационных технологий</p> <hr/> <p>Профессиональный уровень:</p> <p>Имеет устойчивые знания по изучаемой дисциплине</p> <p>Способен анализировать основные репутационные технологии и стратегии;</p> <p>обладает навыками планирования и разработки репутационной стратегии, применения репутационных технологий</p>
<p>ОПК-4:</p> <p>умение</p>	<p>Знать:</p> <p>– особенности</p>	<p>Базовый уровень:</p> <p>Имеет представление об</p>

Формулировка осваиваемой части компетенции	Этапы формирования компетенции	Показатели (на что направлена (в чем выражается) определенная способность)
<p>планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия</p>	<p>проведения кампаний по формированию публичитного капитала в бизнесе, государственных и муниципальных структурах;</p> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – эффективно использовать PR-коммуникации в рамках мероприятий в условиях развития ситуации, представляющей угрозу имиджу и репутации организации; <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – навыками планирования и управления в сфере формирования публичитного капитала организации. 	<p>особенностях формирования и поддержания репутации в бизнесе, государственных и муниципальных структурах</p> <p>Имеет представление о PR-коммуникациях в рамках кризиса</p> <p>Имеет представление о планировании и управлении в сфере антикризисных PR-коммуникаций</p> <hr/> <p>Профессиональный уровень:</p> <p>Способен грамотно анализировать особенности проведения антикризисных кампаний в бизнесе, государственных и муниципальных структурах</p> <p>Способен критически оценивать специфику планирования и управления в сфере антикризисных PR-коммуникаций.</p>

Формулировка осваиваемой части компетенции	Этапы формирования компетенции	Показатели (на что направлена (в чем выражается) определенная способность)
ПК-11:	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – особенности написания аналитических справок, обзоров и прогнозов в целях формирования публицитного капитала в бизнесе, государственных и муниципальных структурах; <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> –обеспечивать 	<p>Базовый уровень:</p> <p>Имеет представление об особенностях написания аналитических справок, обзоров и прогнозов в условиях развития кризисной ситуации в бизнесе, государственных и муниципальных структурах;</p> <p>Имеет представление о PR-коммуникациях в рамках кризиса</p> <p>Имеет представление о планировании и управлении в сфере антикризисных PR-коммуникаций</p> <hr/> <p>Профессиональный уровень:</p> <p>Способен грамотно</p>

Формулировка осваиваемой части компетенции	Этапы формирования компетенции	Показатели (на что направлена (в чем выражается) определенная способность)
Способность владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов	письменные PR-коммуникации в рамках репутационных технологий; Владеть: – навыками составления и распространения аналитических справок, обзоров и прогнозов в сфере репутационных технологий.	анализировать особенности написания аналитических справок, обзоров и прогнозов в целях формирования репутации в бизнесе, государственных и муниципальных структурах; Способен критически оценивать специфику планирования и управления в сфере репутационных технологий.

Характеристики шкалы оценивания приведены ниже.

1. Максимальное количество баллов за зачет – 30. Минимальное (зачетное) количество баллов («зачет сдан») – 15 баллов.

2. При наборе менее 15 баллов – зачет не сдан по причине недостаточного уровня знаний.

3. Зачетная оценка выставляется как сумма набранных баллов за ответы на вопросы билета и за решение задачи.

4. Ответы на вопросы билета оцениваются следующим образом:

– 1 балл: отсутствие продемонстрированных знаний и компетенций в рамках образовательного стандарта (нет ответа на вопрос) или отказ от ответа;

- 2 балла: нет удовлетворительного ответа на вопрос, демонстрация фрагментарных знаний в рамках образовательного стандарта, незнание лекционного материала;
- 3 балла: нет удовлетворительного ответа на вопрос, много наводящих вопросов, отсутствие ответов по основным положениям вопроса, незнание лекционного материала;
- 4 балла: ответ удовлетворительный, оценивается как минимально необходимые знания по вопросу, при этом студентом продемонстрировано хотя бы минимальное знание всех разделов вопроса в пределах лекционного материала. При этом студентом демонстрируется достаточный объем знаний в рамках образовательного стандарта;
- 5 баллов: ответ удовлетворительный, достаточные знания в объеме учебной программы, ориентированные на воспроизведение; использование научной (технической) терминологии, стилистически грамотное, логически правильное изложение ответа на вопросы, умение делать выводы;
- 6 баллов: ответ удовлетворительный, студент достаточно ориентируется в основных аспектах вопроса, демонстрирует полные и систематизированные знания в объеме учебной программы;
- 7 баллов: ответ хороший (достаточное знание материала), но требовались наводящие вопросы, студент демонстрирует систематизированные, глубокие и полные знания по всем разделам учебной программы;
- 8 баллов: ответ хороший, ответом достаточно охвачены все разделы вопроса, единичные наводящие вопросы; студент демонстрирует способность самостоятельно решать сложные проблемы в рамках учебной программы;
- 9 баллов: систематизированные, глубокие и полные знания по всем разделам учебной программы; студент демонстрирует способность самостоятельно и творчески решать сложные проблемы в нестандартной ситуации в рамках учебной программы;
- 10 баллов: ответ на вопрос полный, не было необходимости в дополнительных (наводящих вопросах); студент демонстрирует

систематизированные, глубокие и полные знания по всем разделам учебной программы, а также по основным вопросам, выходящим за ее пределы.

9.6 Типовые контрольные задания для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины (модуля)

Примерный перечень контрольных вопросов и задания для проведения текущего контроля успеваемости по лекционным темам

Тема 1. Теоретико-методологические основания репутационных технологий

Вопросы

- 1 Объект и предмет репутационных технологий.
- 2 Направления деятельности специалиста по репутационному менеджменту.
- 3 Роль репутации в комплексе нематериальных активов организации.

Доклады

- 1 А. Чумиков о репутационных технологиях.
- 2 М. Гундарин о репутационных технологиях.

Тема 2. Репутационные технологии в системе интегрированных коммуникаций

Вопросы

- 1 Место репутационных технологий в системе интегрированных коммуникаций.
- 2 Методы оценки репутации.
- 3 Основные технологии формирования репутации.

Доклады

- 1 Методы оценки репутации.

2 Роль репутационных технологий в системе репутационного менеджмента.

Тема 3. Репутационные технологии: основные понятия

Вопросы

- 1 Виды репутационных технологий.
- 2 Назначение и возможности репутационных технологий.
- 3 Технологии упреждающего и оперативного типа.

Доклады

- 1 Имидж и репутация: сходство и различия.
- 2 Антикризисные стратегии защиты благоприятного имиджа и репутации организации.

Тема 4. Репутационные риски: определения, подходы к пониманию

Вопросы

- 1 Понятие «риска» в антикризисном и репутационном менеджменте.
- 2 Понятия «репутация» и «репутационный риск».
- 3 Система подходов к пониманию репутации.

Доклады

- 1 Проблемы распознавания предкризисных ситуаций.
- 2 Атрибутивные аспекты репутационных рисков.

Тема 5. Репутационный менеджмент: структура, виды, основные понятия

Вопросы

- 1 Определение репутационного менеджмента.
- 2 Уровни репутационного менеджмента.
- 3 Паблицити, имидж, репутация. Категориальный аппарат.

Доклады

- 1 Кризис как угроза репутации организации.
- 2 Этические проблемы применения репутационных технологий.

Тема 6. Особенности репутационной стратегии

Вопросы

- 1 Методология создания репутационной стратегии.
- 2 Репутационная стратегия организации.
- 3 Прогнозирование кризисных ситуаций в рамках репутационной стратегии.

Доклады

- 1 Особенности прогнозирования и планирования репутационной стратегии.
- 2 Особенности репутационной стратегии государства.

Тема 7. Специфика работы специалиста по рекламе и связям с общественностью с репутационными технологиями

Вопросы

- 1 Задачи PR-специалиста при составлении репутационной стратегии.
- 2 Виды документов, регламентирующих деятельность PR-специалиста в условиях формирования и поддержания репутации.
- 3 Структура инструкции.

Доклады

- 1 Роль специалиста по рекламе и СО в ситуации репутационных рисков.
- 2 Работа PR-специалиста в антикризисном штабе.

Тема 8. Особенности применения репутационных технологий в информационном пространстве

Вопросы

- 1 Специфика и правила построения коммуникации по созданию и поддержке репутации.
- 2 Специфика формирования деловой репутации в СМИ.

3 Особенности взаимодействия департамента по связям с общественностью со СМИ в условиях предкризисной, кризисной и посткризисной ситуации.

Доклады

1 План коммуникаций по поддержке репутации как часть стратегии взаимодействия со СМИ

2 Основные ошибки организации коммуникации в целях формирования и поддержания определенной репутации.

Примерный перечень вопросов к зачету для проведения промежуточного контроля по дисциплине

- 1 Репутация, основные подходы к пониманию.
- 2 Репутация как нематериальный актив организации.
- 3 Типологические особенности репутационных технологий.
- 4 Факторы, влияющие на величину стоимости нематериальных активов и объектов интеллектуальной собственности.
- 5 Формирование стратегии удержания и улучшения репутационных позиций.
- 6 Оценка репутационного потенциала организаций-конкурентов.
- 7 Природа кризисных явлений, теории объяснения.
- 8 Диагностика как важнейшее условие антикризисной стратегии.
- 9 Социально-политическая теория кризисной ситуации.
- 10 Репутационные риски: понятие.
- 11 Социальное конструирование реальности как основания понимания репутационных рисков.
- 12 Основные этапы стратегии коммуникаций в целях формирования и поддержания репутации.
- 13 Виды репутационных рисков.
- 14 Методологические рекомендации, используемые в латентной фазе.
- 15 Методологические рекомендации, используемые в острой фазе.
- 16 Уровни репутационного менеджмента.
- 17 Характеристики аналитического процесса в условиях кризиса.
- 18 Виды технологий при работе с репутацией и имиджем организации.
- 19 Понятие социальной ответственности компании.
- 20 Стратегии антикризисной коммуникации.
- 21 Виды репутационных стратегий.
- 22 Планирование кризиса как антикризисная стратегия в целях поддержания репутации.

- 23 Характеристика опасностей.
- 24 Мероприятия по формированию и поддержанию деловой репутации.
- 25 Рейтинги корпоративной репутации.
- 26 Коммуникация со СМИ в рамках формирования репутации.
- 27 Деятельность специалиста по рекламе и связям с общественностью в условиях поддержания репутации.
- 28 Взаимодействие со СМИ в ситуации угрозы репутации организации.

10 Методические рекомендации для обучающихся по освоению дисциплины (модулю)

Приступая к изучению дисциплины, обучающемуся необходимо внимательно ознакомиться с тематическим планом занятий и списком рекомендованной литературы. Также ему следует уяснить, что уровень и глубина усвоения дисциплины зависят от активной и систематической работы на лекциях и практических занятиях. Также в этом процессе важное значение имеет самостоятельная работа, направленная на вовлечение обучающегося в самостоятельную познавательную деятельность и формирование у него методов организации такой деятельности с целью формирования самостоятельности мышления, способностей к профессиональному саморазвитию, самосовершенствованию и самореализации в современных условиях социально-экономического развития.

Основными видами аудиторной работы студентов являются лекции и практические занятия. В ходе лекции преподаватель излагает и разъясняет основные, наиболее сложные понятия, а также соответствующие теоретические и практические проблемы, дает задания и рекомендации для практических занятий, а также указания по выполнению обучающимся самостоятельной работы.

Задачами лекций являются:

- ознакомление обучающихся с целями, задачами и структурой дисциплины, ее местом в системе наук и связями с другими дисциплинами;

- краткое, но по существу, изложение комплекса основных научных понятий, подходов, методов, принципов данной дисциплины;
- краткое изложение наиболее существенных положений, раскрытие особенно сложных, актуальных вопросов, освещение дискуссионных проблем;
- определение перспективных направлений дальнейшего развития научного знания в данной области.

Темы лекций и рассматриваемые в ходе их вопросы приведены в п. 5.3.

Значимым фактором полноценной и плодотворной работы обучающегося на лекции является культура ведения конспекта. Принципиально неверным, но получившим в наше время достаточно широкое распространение, является отношение к лекции как к «диктанту», который обучающийся может аккуратно и дословно записать. Слушая лекцию, необходимо научиться выделять и фиксировать ее ключевые моменты, записывая их более четко и выделяя каким-либо способом из общего текста.

Полезно применять какую-либо удобную систему сокращений и условных обозначений. Применение такой системы поможет значительно ускорить процесс записи лекции. Конспект лекции предпочтительно писать в одной тетради, а не на отдельных листках, которые потом могут затеряться. Рекомендуется в конспекте лекций оставлять свободные места, или поля, например, для того, чтобы была возможность записи необходимой информации при работе над материалами лекций.

При ведении конспекта лекции необходимо четко фиксировать рубрикации материала – разграничение разделов, тем, вопросов, параграфов и т. п.

Обязательно следует делать специальные пометки, например, в случаях, когда какое-либо определение, положение, вывод остались неясными, сомнительными. Иногда обучающийся не успевает записать важную информацию в конспект. Тогда необходимо сделать соответствующие пометки в тексте, чтобы не забыть, восполнить эту информацию в дальнейшем.

Качественно сделанный конспект лекций поможет обучающемуся в процессе самостоятельной работы и при подготовке к промежуточной аттестации.

Практические занятия по дисциплине проводятся в соответствии с п. 5.4 по отдельным группам. Цели практических занятий: закрепить теоретические знания, полученные студентом на лекциях и в результате самостоятельного изучения соответствующих разделов рекомендуемой литературы.

Темы практических занятий заранее сообщаются обучающимся для того, чтобы они имели возможность подготовиться и проработать соответствующие теоретические вопросы дисциплины. В начале каждого практического занятия преподаватель:

- кратко доводит до обучающихся цели и задачи занятия, обращая их внимание на наиболее сложные вопросы по изучаемой теме;
- проводит устный опрос обучающихся, в ходе которого также обсуждаются дискуссионные вопросы.

На практических занятиях обучающиеся представляют самостоятельно подготовленные доклады, в том числе в виде презентаций, которые выполнены в MS PowerPoint, конспектируют новую информацию и обсуждают эти доклады. Преподаватель в этом процессе может выступать в роли консультанта или модератора.

По итогам лекций и практических занятий преподаватель выставляет в журнал полученные обучающимся баллы, согласно п. 9.1 и п. 9.2. Отсутствие студента на занятиях или его неактивное участие в них может быть компенсировано самостоятельным выполнением дополнительных заданий и представлением их на проверку преподавателю в установленные им сроки.

В современных условиях перед студентом стоит важная задача – научиться работать с массивами информации. Обучающимся необходимо развивать в себе способность и потребность использовать доступные информационные возможности и ресурсы для поиска нового знания и его распространения. Обучающимся необходимо научиться управлять своей исследовательской и познавательной деятельностью в системе «информация – знание – информация». Прежде всего, для достижения этой цели, в вузе организуется самостоятельная работа обучающихся. Кроме того, современное

обучение предполагает, что существенную часть времени в освоении учебной дисциплины обучающийся проводит самостоятельно. Принято считать, что такой метод обучения должен способствовать творческому овладению обучающимися специальными знаниями и навыками.

Самостоятельная работа обучающегося весьма многообразна и содержательна. Она включает следующие виды занятий (п. 5.6):

–самостоятельный поиск, анализ информации и проработка учебного материала;

–подготовку к устному опросу (перечень типовых вопросов для текущего контроля в п. 9.6);

–подготовку докладов

- подготовку к письменной аудиторной работе

Систематичность занятий предполагает равномерное, в соответствии с пп. 5.2, 5.4 и 5.6, распределение объема работы в течение всего предусмотренного учебным планом срока овладения дисциплиной. Такой подход позволяет избежать дефицита времени, перегрузок, спешки и т. п. в завершающий период изучения дисциплины. Последовательность работы означает преемственность и логику в овладении знаниями по дисциплине. Данный принцип изначально заложен в учебном плане при определении очередности изучения дисциплин. Аналогичный подход применяется при определении последовательности в изучении тем дисциплины. Завершающим этапом самостоятельной работы является подготовка к промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины, предполагающая интеграцию и систематизацию всех полученных при изучении учебной дисциплины знаний. Промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины позволяет определить уровень освоения обучающимся компетенций (п. 9.5) за период изучения данной дисциплины. Промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины предполагает ответы на 3 теоретических вопроса из перечня вопросов, вынесенных на аттестацию.

Рабочая программа дисциплины (модуля) составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Программа рассмотрена и утверждена на заседании кафедры № 1 «Философии и социальных коммуникаций» «30» января 2018 года, протокол № 6 .

Разработчики:

Старший преподаватель



Мисонжникова М.Б.

(ученая степень, ученое звание, фамилия и инициалы разработчиков программы)

Заведующий кафедрой № 1 "Философии и социальных коммуникаций":

к.ф.н., доцент



Майор М. Н.

(ученая степень, ученое звание, фамилия и инициалы заведующего кафедрой)

Программа согласована:

Руководитель ОПОП

к.ф.н., доцент



Майор М. Н.

(ученая степень, ученое звание, фамилия и инициалы руководителя ОПОП)

Программа рассмотрена и одобрена на заседании Учебно-методического совета Университета « 14 » сентября 2018 года, протокол № 5 .