

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РФ
САМАРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ

Институт систем управления
Кафедра прикладного менеджмента

АННОТАЦИЯ

по дисциплине «Управление деловой репутацией
фирмы»

направление подготовки 38.04.02 Менеджмент
магистерская программа
«Управление развитием бизнеса»
дневной формы обучения

Соответствует РПД



УМУ СГЭУ

Зав. кафедрой

/Ашмарина С.И./

Самара 2015 г.

1. Цели и задачи изучения дисциплины

Целью курса «Управление деловой репутацией фирмы» является создание представления о сущности формирования делового имиджа компании, как универсальной деятельности по изучению и проектированию репутационной политики, а также технологий создания и управления корпоративной репутации, как концепции управления посредством коммуникационных моделей и технологий.

2. Место дисциплины в структуре программы магистратуры:

Обучение студентов по данной программе организуется в форме лекционных и практических занятий. Самостоятельная работа заключается в изучении соответствующих учебных пособий и выполнении индивидуальных заданий с последующим контролем преподавателя.

3. Требования к уровню освоения дисциплины:

- способностью управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями (ПК-1);
- способностью разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию (ПК-2);
- способностью использовать современные методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач (ПК-3);
- способностью использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения (ПК-4);
- владением методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде (ПК-5);
- способностью использовать современные методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач (ПК-6);

В результате изучения дисциплины специалист должен:

Знать:

- основные методы и технологии формирования корпоративной репутации, индивидуальной узнаваемости и имиджа;
- механизмы формирования и управления репутациями в кризисных ситуациях;
- инструментарий антикризисного поведения.

Уметь:

- определять основные проблемы в коммуникационном взаимодействии по вопросам создания и реализации корпоративного имиджа;
- выявлять проблемные ситуации в организации репутационной политики предприятия, прогнозировать кризисные ситуации и разрабатывать планы антикризисных мероприятий.

Владеть:

- категориально-понятийным аппаратом в сфере формирования деловой репутации, навыками управления антикризисными программами по восстановлению имиджа компаний;
- методами оценки эффективности коммуникационных технологий, применяемых в репутационной политике.

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 часа.

Вид учебной работы	Всего часов/зачетных единиц	3 семестр
Аудиторные занятия	20 / 0,5	20 / 0,5
в том числе:		
Лекции	5 / 0,1	5 / 0,1
Практические занятия (ПЗ)	15 / 0,4	15 / 0,4
Самостоятельная работа (всего)	42 / 1,2	42 / 1,2
Вид промежуточной аттестации(зачет)	10 / 0,3	10 / 0,3
Общая трудоемкость: часы зачетные единицы	72 час. 2 ЗЕТ	72 час. 2 ЗЕТ