



ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІНФРАСТРУКТУРИ ТА ТЕХНОЛОГІЙ
ІНСТИТУТ УПРАВЛІННЯ, ТЕХНОЛОГІЙ ТА ПРАВА
ФАКУЛЬТЕТ УПРАВЛІННЯ І ТЕХНОЛОГІЙ



КАФЕДРА МЕНЕДЖМЕНТУ, ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ТА АДМІНІСТРУВАННЯ

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
РЕПУТАЦІЙНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ

Затверджую

о. завідувача кафедри менеджменту,
публічного управління та адміністрування
Т.Б. Семенчук

Протокол № 1 від 29 серпня 2023 р.

Викладач	ТАРНОВСЬКА Ірина Віталіївна Кандидат економічних наук, доцент	
Посилання профіль викладача на сайті ДУІТ	ТАРНОВСЬКА Ірина Віталіївна	
E-mail	irusia.tarnovska@gmail.com	
Факультет, Кафедра	Факультет Управління і технологій Кафедра менеджменту, публічного управління та адміністрування м. Київ, вул. Івана Огієнка, 19, каб. 608 телефон: +38095-258-98-33	
Консультації	Кожна середа з 12.00год до 14.00год за <u>ZOOM посиланням</u>	
Офіційна назва освітньої програми	Інноваційний менеджмент креативних індустрій	
Рівень вищої освіти	другий (магістерський)	
Галузь знань, спеціальність	02 «Культура і мистецтво» 028 «Менеджмент соціокультурної діяльності»	
Статус дисципліни (обов'язкова, вибіркова)	Цикл дисциплін професійної підготовки, вибіркова	
Курс/ Семестр викладання	1/2	
Обсяг дисципліни	4 кредитів ECTS / 120 загальна кількість годин	
Види та кількість аудиторних занять, денна/ заочна	Лекції – 20 годин / 4 години Практичні заняття – 10 годин / 4 години	
Форма контролю	Залік	
Локація та матеріально-технічне забезпечення	Аудиторія згідно з розкладом. Мультимедійний проєктор, мережа Internet.	
Мова викладання	Українська	
Мета вивчення дисципліни	Формування у студентів сучасного мислення та спеціальних знань і практичних навичок щодо особливостей формування, розвитку та впровадження або застосування репутаційного менеджменту як складної системи керування репутацією.	

Загальні компетентності	ЗК4. Здатність приймати обґрунтовані рішення. ЗК5. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності). ЗК7. Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт.
Спеціальні (фахові) компетентності	СК6. Здатність швидко адаптуватися до викликів часу, до специфічних умов і напрямів професійної діяльності. СК7. Здатність здійснювати експертизу та надавати консультаційну допомогу у розробленні соціокультурних проектів і програм. СК10. Здатність до прогностичної та проектної діяльності у сфері культури, моделювання інноваційних соціально-культурних процесів і явищ, виявлення тенденцій їх розвитку.
Програмні результати навчання	ПР6. Аналізувати та оцінювати ризики, приймати ефективні рішення з питань соціокультурної діяльності. ПР10. Здійснювати стратегічне, діагностичне, оперативне управління соціокультурними інституціями і проектами.

ЧИМ ВАЖЛИВИЙ КУРС:

Вивчення даної дисципліни дасть можливість здобувачам вищої освіти отримати сучасні і актуальні знання щодо репутації компаній в соціокультурній сфері, зокрема ознайомитися з основними поняттями репутаційного менеджменту, особливостями формування репутаційної стратегії підприємства, значенням інформаційного середовища та його впливом на репутацію, репутаційними ризиками, що впливають на діяльність підприємства, сформулювати практичні навички застосовувати технології управління діловою репутацією компанії та керівника.

ЗМІСТ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ ЗА ТЕМАМИ

Модуль 1. «РЕПУТАЦІЙНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ»

Тема 1. Теоретичні основи репутаційного менеджменту.

Репутація як важливий нематеріальний актив. Цілі і завдання репутаційного менеджменту.

Загальне визначення поняття «репутація». Корпоративна репутація. Державна репутація. Персональна репутація. Репутація як нематеріальний актив. Принципи управління репутацією. Зміна парадигми бізнесу в умовах інформаційного суспільства.

Основні групи стейкхолдерів в корпоративному репутаційному менеджменті. Основні принципи роботи стейкхолдерів.

Актуальність проблем, пов'язаних з управлінням іміджем і репутацією.

Репутація і імідж та їх відмінність. Порівняльна характеристика іміджу, репутації.

Пріоритетні якості, володіння якими робить реальним рішення проблеми репутації та іміджу. Критерії, які показують правильність побудованого іміджу. Політика корпоративної соціальної відповідальності (КСВ)

Тема 2. Репутація - складова стратегії розвитку організації.

Репутаційні стратегії. Основні переваги репутаційної стратегії для компанії. Базові принципи репутаційного менеджменту. Етапи формування репутаційної стратегії.

Поняття корпоративної індивідуальності. Корпоративна культура. Фірмовий стиль і його складові: назва організації, логотипи і символіка, фірмовий колір, графічний дизайн, корпоративні слогани. Корпоративна філософія.

Корпоративна місія. Корпоративні цінності. Корпоративна стратегія.

Компоненти репутації. Параметри ділової репутації. Репутаційні стратегії: «Керівник - наша гордість», «Команда - наша гордість», «Продукція - наша гордість», «Досягнення - наша гордість», «Фінанси - наша гордість». Основні репутаційні характеристики. Дослідження репутації.

Тема 3. Формування інформаційного середовища ділової репутації

Репутаційний аудит. Інформаційний аудит. Комунікаційний аудит. Основи інформаційної політики. Створення "легенди" компанії. Цільові аудиторії репутації: нормативні групи, функціональні групи, дифузні групи, споживачі.

Цілі аудиту зовнішніх комунікацій. Цілі аудиту внутрішніх комунікацій. Внутрішні документи компанії, які використовуються при аудиті. Учасники експертних опитувань для проведення аудиту репутації.

Типові зони комунікаційних розривів при формуванні репутації. Комунікаційні помилки при формуванні репутації. Фактори, котрі враховуються при розрахунку коефіцієнта репутації. Методика розрахунку коефіцієнта репутації: індекс популярності та індекс довіри. Ідеальний профіль репутації. Кількісний і якісний аналіз ЗМІ.

Основні підходи та принципи формування потрібного інформаційного простору. Інструменти моніторингу ЗМІ. Основні поняття, категорії і інструменти проведення репутаційного аудиту. Основні поняття, категорії і інструменти проведення комунікаційного аудиту.

Основи інформаційної політики. Формування образу бренду/підприємства. RepTrak Pulse та його складові. RepTrak та його складові.

Тема 4. Репутаційні ризики.

Визначення та оцінювання репутаційних ризиків. Управління репутаційними ризиками. Послідовність заходів антикризового управління. Об'єкти антикризового управління. Три найважливіших фактора, які впливають під час кризи на репутацію.

Зміст поняття «відповідальність». Концепції конкуренції і методів забезпечення конкурентних переваг. Характер впливу ділової репутації на сталий розвиток організації. Показники якості антикризового управління.

Тема 5. Технології управління діловою репутацією компанії та керівника.

Основні технології управління діловою репутацією. Особливості і можливості кожної репутаційної технології. ЗМІ як ключова цільова аудиторія репутаційного менеджменту. Види прес-заходів. Взаємодія зі ЗМІ.

Відмінності в роботі з інформацією журналіста і PR-фахівця. Налагодження довгострокових дружніх відносин з журналістами. Прес-конференція. Брифінг. Прес-тур. Прес-клуб.

Технології управління діловою репутацією керівника. Харизма менеджера. Типи харизматичних лідерів

Тема 6. Управління онлайн-репутацією.

Огляд інструментів для онлайн-моніторингу та аналізу репутації бренду. Управління репутацією в пошукових системах. Управління репутацією в Інтернеті. Первинне розміщення інформації для інформування та максимального охоплення цільової аудиторії. Етапи управління та побудова онлайн-репутації: моніторинг; аналіз результатів моніторингу; коригування. Залучення цільової аудиторії за допомогою краудмаркетингу.

Відстеження та аналіз інформаційних репутаційних приводів в Інтернеті. Коригування негативної інформації в Інтернеті. Робота з позитивними і негативними відгуками. SERM, SEO.

Тема 7. Інструменти репутаційного менеджменту в сфері державного управління.

Зміст поняття «репутація органів державної влади» та способи впливу на її формування. Суть механізмів управління репутацією органів державної влади. Особливості функціонування механізмів державного управління у сфері управління репутацією органів державної влади. Концепції формування позитивної репутації органів державної влади. Зміст концепту «медіа-репутація органів державної влади» та його роль у процесі формування суспільної оцінки.

Тема 8. Репутаційний моніторинг.

Стратегічний моніторинг репутаційного менеджменту компанії.

Внутрішній моніторинг репутаційного менеджменту.

Зовнішній моніторинг репутаційного менеджменту.

Практичні заняття курсу передбачають виконання ситуаційних, тестових та інших завдань, опитування та дискусії за темами, короткі виступи та презентації з тематики дисципліни.

Тематика практичних занять:

Практична робота №1. Репутація - складова стратегії розвитку організації.

Практична робота №2. Формування інформаційного середовища ділової репутації.

Практична робота №3. Репутаційні ризики.

Практична робота №4 Технології управління діловою репутацією компанії та керівника.

Практична робота №5. Інструменти репутаційного менеджменту в сфері державного управління.

Приклади практичних завдань:

Завдання 1:

Написати есе на тему: «Як війна в Україні вплинула на репутацію вітчизняних компаній (органів державної влади)?».

Завдання 2:

Провести контент-аналіз інформаційної активності підприємства (органу державної влади).

Проаналізувати кількість згадувань підприємства в динаміці, частоту згадувань, визначити основні інформаційні майданчики, основних спікерів підприємства (органу державної влади), тональність повідомлень.

З'ясувати джерела негативних повідомлень (якщо вони є), кроки підприємства (органу державної влади) щодо зменшення негативних наслідків, їх подальший вплив на репутацію підприємства (органу державної влади).

Приклад тестового завдання:

Що створюється конкретними діями та вчинками?

а) бренд;

б) репутація;

в) імідж;

г) немає правильної відповіді.

Для стимулювання науково-дослідницького й творчого інтересу здобувачів вищої освіти і здобуття ними навичок наукової діяльності доречно заохочувати їх до виконання додаткових видів робіт в певних проєктах, і враховувати цю діяльність при підведенні підсумків роботи здобувачів вищої освіти у семестрі. Так, наприклад, здобувачам вищої освіти може бути запропоновано виконання рефератів за темами дисципліни «Репутаційний менеджмент» у вигляді презентацій та

захистити її на практичному занятті. Найкращі рекомендуються до виступу на науково-практичній конференції.

Орієнтована тематика:

1. Сутність та взаємозв'язок понять корпоративна репутація, імідж та гудвіл в системі репутаційного менеджменту.
 2. Основні параметри корпоративної репутації.
 3. Базові принципи репутаційного менеджменту.
 4. Критерії ефективного управління діловою репутацією.
 5. Характеристика трендів в управлінні репутацією.
 6. Система репутаційного менеджменту
 7. Ключові елементи системи репутаційного менеджменту
 8. Етапи формування репутаційної стратегії
 9. Види репутаційних стратегій
 10. Репутаційний аудит.
 11. Інформаційний і комунікаційний аудит.
 12. Основи інформаційної політики.
 13. Сутність поняття репутаційний ризик.
 14. Класифікація репутаційних ризиків.
 15. Основні загрози репутації компанії.
 16. Виклики в сфері управління ризиками.
 17. Фактори успіху в кризовій ситуації.
 18. Боротьба з чутками як елемент антикризового управління репутацією.
 19. Особливості використання комунікацій для управління репутаційний капіталом в умовах викликів та загроз.
 20. Виклики в сфері управління ризиками.
 21. Фактори успіху в кризовій ситуації.
 22. Боротьба з чутками як елемент антикризового управління репутацією.
 23. Особливості використання комунікацій для управління репутаційний капіталом в умовах викликів та загроз.
 24. Технології управління репутацією.
 25. Особливості формування репутації країни (регіону).
 26. Зовнішній імідж держави і задачі України.
 27. Особливості управління репутацією державного службовця.
 28. Використання етичних принципів на державній службі.
 29. Іміджмейкер як професія.
 30. Фактори формування іміджу в рамках виборчої кампанії.
 31. Комунікативне управління подіями.
 32. Брендинг і ребрендинг в політиці.
 33. Особливості кризових комунікацій в державному управлінні.
 34. Зв'язки з громадськістю як інструмент формування позитивного іміджу влади.
 35. Стратегічний моніторинг ділової репутації в системі репутаційного менеджменту.
- Індивідуальні види робіт не обмежуються і приймаються пропозиції щодо вдосконалення курсу (як лекційної, так і практичної складової).

ОЦІНЮВАННЯ

Форми поточного та підсумкового контролю	Поточний контроль – 100 балів
КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ	
Підсумкові бали з навчальної дисципліни визначаються як сума балів, отриманих здобувачем протягом семестру.	

Відвідування лекцій:

За відвідування кожної лекції нараховується 2 бали (до 20 балів).

Практичні заняття:

Оцінюються за активністю здобувачів освіти на заняттях, їх відповідями, доповідями та ступенем залученості у дискусії. Максимальна сума становить 16 балів за кожне заняття (до 80 балів).

Самостійна робота

Написання та захист реферату (тематика погоджується із викладачем курсу) у вигляді доповіді та/або презентації оцінюються до 10 балів.

Здобувач отримує підсумкову оцінку за результатами поточного контролю шляхом накопичення балів. Максимальна кількість балів, яку може отримати здобувач, становить 100.

Додаткові бали до поточного контролю здобувач освіти може отримати, пройшовши навчальний курс у вигляді неформальної освіти з отриманням сертифікату в межах предмету вивчення дисципліни та пройшовши процедуру визнання згідно [Положення про визнання результатів навчання, отриманих у неформальній освіті здобувачами вищої освіти ДУІТ](#).

ШКАЛА ОЦІНЮВАННЯ: НАЦІОНАЛЬНА ТА ECTS			
Оцінка в балах	Оцінка за національною шкалою	Оцінка за шкалою ECTS	
		Оцінка	Пояснення
90-100	Відмінно («зараховано»)	A	«Відмінно» - теоретичний зміст курсу освоєний цілком, необхідні практичні навички роботи з освоєним матеріалом сформовані, всі навчальні завдання, які передбачені програмою навчання виконанні в повному обсязі, відмінна робота без помилок або з однією незначною помилкою.
82-89	Добре («зараховано»)	B	«Дуже добре» - теоретичний зміст курсу освоєний цілком, необхідні практичні навички роботи з освоєним матеріалом в основному сформовані, всі навчальні завдання, які передбачені програмою навчання виконанні, якість виконання більшості з них оцінено числом балів, близьким до максимального, робота з двома – трьома незначними помилками
75-81		C	«Добре» - теоретичний зміст курсу освоєний цілком, практичні навички роботи з освоєним матеріалом в основному сформовані, всі навчальні завдання, які передбачені програмою навчання виконанні, якість виконання жодного з них не оцінено мінімальним числом балів, деякі види завдань виконані з помилками, робота з декількома незначними помилками, або з однією – двома значними помилками
64-74	Задовільно («зараховано»)	D	«Задовільно» - теоретичний зміст курсу освоєний не повністю, але прогалини не носять істотного характеру, необхідні практичні навички роботи з освоєним матеріалом в основному сформовані, більшість передбачених програмою навчання навчальних завдань виконано, деякі з виконаних завдань, містять помилки, робота з трьома значними помилками
60-63		E	«Достатньо» - теоретичний зміст курсу освоєний частково, деякі практичні навички роботи не сформовані, частина передбачених програмою навчання навчальних завдань не виконані, або якість виконання деяких з них оцінено числом балів, близьким до мінімального, робота, що задовольняє мінімум критеріїв оцінки
35-59	Незадовільно («не зараховано»)	FX	«Умовно незадовільно» теоретичний зміст курсу освоєний частково, необхідні практичні навички роботи не сформовані, більшість передбачених програм навчання, навчальних завдань не виконано, або

			якість їхнього виконання оцінено числом балів, близьким до мінімального; при додатковій самостійній роботі над матеріалом курсу можливе підвищення якості виконання навчальних завдань (з можливістю повторного складання), робота що потребує доробки
1-34		F	«Безумовно незадовільно» теоретичний зміст курсу не освоєно, необхідні практичні навички роботи не сформовані, всі виконані навчальні завдання містять грубі помилки, додаткова самостійна робота над матеріалом курсу не приведе до значимого підвищення якості виконання навчальних завдань, робота, що потребує повної переробки

ІНФОРМАЦІЙНО- МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

Методичне забезпечення:

1. Робоча програма навчальної дисципліни.
 2. Силабус навчальної дисципліни.
 3. Посилання на Google Classroom: [Репутаційний менеджмент](#)
- Електронні ресурси бібліотеки ДУІТ: <https://library.duit.in.ua>.

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Сальнікова Л.С. Репутаційний менеджмент. Підручник URL: https://stud.com.ua/11314/menedzhment/reputatsiyniy_menedzhment
2. Хавкіна Л. М. Іміджологія: навчально-методичний посібник. Х.: ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2013. 64 с.
3. Корпоративне управління. Навчальний посібник. Рівне: НУВГП. 2017. 320 с.
4. Дерев'янка О.Г. Механізми впливу репутаційного менеджменту на бізнес-результати. Стратегія економічного розвитку України. 2018. № 42. С. 5–18.
5. Carreras E., Alloza A., Carreras A. (2013) Corporate Reputation. London : LID Publishing Ltd. 501 p.

Додаткова інформація

Детальнішу інформацію щодо методів навчання, форм оцінювання, самостійної роботи та повного списку літератури наведено у Робочій програмі навчальної дисципліни.

ПОЛІТИКА ДИСЦИПЛІНИ

Щодо академічної доброчесності

Дотримання академічної доброчесності засновується на ряді положень та принципів академічної доброчесності, що регламентують діяльність здобувачів вищої освіти та викладачів ДУІТ:

[Кодекс академічної доброчесності Державного університету інфраструктури та технологій](#)
[Положення про систему забезпечення академічної доброчесності у Державному університеті та технологій](#)

[Положення про Комісію з академічної доброчесності у ДУІТ та Комісію з етики та управління конфліктами у сфері академічної доброчесності у ДУІТ](#)

Порушення [Кодексу академічної доброчесності ДУІТ](#) є серйозним порушенням, навіть якщо воно є ненавмисним.

Списування під час контрольних заходів заборонені.

Усі письмові роботи, виконані в електронному вигляді (реферати), перевіряються на наявність плагіату згідно з [Положенням про порядок перевірки навчальних, кваліфікаційних, науково-методичних наукових та інших робіт на наявність ознак академічного плагіату у ДУІТ](#). У випадках виявлення порушення – реагування відповідно до [Кодексу академічної доброчесності](#)

ДУІТ.

Щодо відвідування

Відвідування занять є обов'язковим компонентом оцінювання, за яке нараховуються бали. За об'єктивних причин (хвороба, міжнародне стажування, індивідуальний графік тощо) навчання може відбуватися в он-лайн (або змішаній) формі за погодженням із деканом факультету.

Неформальна освіта

Можливість зарахування результатів неформальної освіти регламентується «[Положенням про визнання результатів навчання, отриманих у неформальній освіті здобувачами вищої освіти ДУІТ](#)».