

Приложение к рабочей программе дисциплины
Управление репутацией в сети Интернет

42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Магистерская программа: «Маркетинговые коммуникации в государственных и бизнес-структурах»

АННОТАЦИЯ

рабочей программы дисциплины

Управление репутацией в сети Интернет

Дисциплина обязательной части учебного плана

форма обучения – очно-заочная

Общая трудоемкость дисциплины (ЗЕТ / час.)	3/108
Цель изучения дисциплины	формирование системных знаний о способах оценки и управления цифровой репутацией компании или персоны, а также навыки формирования репутации в социальных медиа.
Содержание дисциплины	Тема 1. Репутация как основной нематериальный актив коммерческих и некоммерческих организаций. Тема 2. Стратегии управления цифровой репутацией. Тема 3. Методы и инструменты оценки онлайн-репутации. Тема 4. Репутационный кризис: методы реагирования и защиты. Тема 5. Корпоративная социальная ответственность в программах управления репутацией Тема 6. Методы исследования репутации (репутационный аудит) Тема 7. Методы оценки корпоративного имиджа и репутации
Формируемые компетенции (коды)	ПК-1; ПК-7
Коды и наименование индикатора достижения компетенции	ПК-1.1 Умеет осуществлять руководство, планирование и координацию работ по проведению коммуникационных программ и мероприятий, определять затраты на их проведение. ПК-1.2 Умеет находить пути и способы повышения эффективности коммуникационных программ и мероприятий, как в сфере бизнеса, так и в системе государственного управления. ПК-1.3 Осуществляет рациональный выбор технологий рекламы и связей с общественностью при планировании и реализации коммуникационных программ и мероприятий. ПК-7.1 Знает маркетинговые технологии и технологии бренд-менеджмента. ПК-7.2 Умеет использовать теории и приемы менеджмента, бизнес-процессов, маркетинга в различных видах профессиональной деятельности. ПК-7.3 Умеет формировать маркетинговые стратегии с учетом изменений предпринимательской среды и мотиваций потребителей, а также перспективных направлений дальнейшего организационного развития, инновационной и инвестиционной деятельности фирмы. ПК-7.4 Демонстрирует навыки разработки концептуальных и стратегических документов в области маркетинга и менеджмента.
Дисциплины, участвующие в формировании компетенции	Бренд-менеджмент, Маркетинг в средствах массовой коммуникации, Психология управления, Планирование и реализация коммуникационных кампаний и мероприятий, Репутационный менеджмент, Бренд-менеджмент, Событийный маркетинг, Интернет-маркетинг, Управление репутацией в сети Интернет, Организационно-управленческая практика, Проектно-аналитическая практика, Организационно-управленческая практика, Проектно-аналитическая практика
Образовательные технологии	Преподавание дисциплины ведется с применением следующих видов образовательных технологий: 1) чтение лекций; 2) проведение практических занятий 3) дистанционные образовательные технологии
Форма промежуточной аттестации	зачет