



Силабус навчальної дисципліни

«Репутаційний менеджмент у системі корпоративних комунікацій»

Спеціальність	029 «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа»
Освітня програма	«Інформаційна аналітика та PR діяльність»
Освітній рівень	Перший (бакалаврський)
Статус дисципліни	Обов'язкова
Мова викладання	Українська
Курс / семестр	1 курс, 2 семестр
Кількість кредитів ЄКТС	3
Розподіл за видами занять та годинами навчання	Лекції – 18 год.
	Практичні - 18 год.
	Самостійна робота - 54 год.
	Індивідуальна робота – 0 год.
Форма підсумкового контролю	Екзамен
Кафедра	Кафедра менеджменту і логістики 323 Ф https://nupr.edu.ua/page/kafedra-menedzhmentu-i-logistiki.html
Викладач	Глебова Алла Олександрівна, к.е.н., доцент
Контактна інформація викладача	066-492-73-93
Дні занять	За розкладом, відповідно до графіку навчального процесу
Консультації	Аудиторія 323ф відповідно до графіку
Мета навчальної дисципліни – отримання студентами знань щодо ознайомлення із теоретичними та практичними аспектами процесу формування репутації підприємства в умовах глобальних викликів, оскільки ділова репутація є одним з найважливіших нематеріальних ресурсів підприємства, що формує уявлення про підприємство у суб'єктів зовнішнього середовища та дозволяє отримати довгострокові конкурентні переваги.	
Результати вивчення навчальної дисципліни є формування наступних програмних результатів: РН 1. Знати і розуміти наукові засади організації, модернізації та впровадження новітніх технологій в інформаційній, бібліотечній та архівній діяльності. РН 3. Керувати документаційними процесами діяльності установ, користуватися засобами електронного документообігу, організовувати референтну та офісну діяльність. РН 4. Застосовувати у професійній діяльності технології інформаційного менеджменту, створення і підтримки функціонування електронних бібліотек та архівів, методологію вивчення та задоволення культурних та інформаційних потреб користувачів. РН 7. Забезпечувати ефективність функціонування документно-комунікаційних систем. РН 9. Оцінювати можливості застосування новітніх інформаційно -комп'ютерних та комунікаційних технологій для вдосконалення практик виробництва інформаційних продуктів і послуг. РН 11. Здійснювати пошук інформацію в різних джерелах для розв'язання професійних завдань. РН 13. Оцінювати результати діяльності та відстоювати прийняті рішення. РН 15. Використовувати різноманітні комунікативні технології для ефективного спілкування на професійному, науковому та соціальному рівнях на засадах толерантності, діалогу та співробітництва. РН 16. Приймати обґрунтовані управлінські та технологічні рішення.	



РН 17. Бути відповідальним, забезпечувати ефективну співпрацю у команді.

РН 20. Уміти оприлюднювати результати власних теоретико-прикладних досліджень у фаховому середовищі та презентувати їх із застосуванням сучасних технічних засобів.

РН 21. Уміти розробляти якісний інформаційний контент і медійні продукти відповідно до цільової аудиторії та стратегій формування іміджу й бренду.

Передумови для навчання

Навчальна дисципліна «Репутаційний менеджмент у системі корпоративних комунікацій» є складовою циклу професійної підготовки фахівців освітнього ступеня «бакалавр» має міждисциплінарні взаємозв'язки з навчальними дисциплінами: « Етика і психологія ділового спілкування».

Зміст навчальної дисципліни

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ТА ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ РЕПУТАЦІЙНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ

ТЕМА 1. Поняття репутації, іміджу та соціальної відповідальності.

ТЕМА 2. Репутаційний менеджмент: сутність, основні складові.

ТЕМА 3. Процес створення репутації підприємства.

ТЕМА 4. Способи формування репутації підприємства.

Тема 5. Фінансове забезпечення репутаційного менеджменту.

ТЕМА 6. Інформаційна основа процесу управління репутацією.

ТЕМА 7. Оцінювання ділової репутації, методи та інструменти розрахунку.

ТЕМА 8. Репутаційні ризики.

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 2.РЕПУТАЦІЙНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ: ІНДИВІДУАЛЬНИЙ ТА ОРГАНІЗАЦІЙНИЙ АСПЕКТ

ТЕМА 9. Управління репутацією компанії.

ТЕМА 10. Управління діловою репутацією керівника.

ТЕМА 11. Управління діловою репутацією працівника.

ТЕМА 12. Управління репутацією політичної партії (громадської організації), країни та держави.

ТЕМА 13. Он-лайн репутаційний менеджмент.

ТЕМА 14. Правовий захист ділової репутації.

ТЕМА 15. Комунікаційні стратегії захисту репутації.

Сторінка курсу
на платформі
Moodle

<https://dist.nupp.edu.ua/course/view.php?id=4451>

Основна література

1. Бурбело О.А. Репутація компаній: управління і захист : монографія. Луганськ : Янтар, 2009. 104 с.

2. Барна Н. В. Іміджологія: навч. посібник для дистанційного навчання. ВМУРЛ "Україна"; за наук. ред. В. М. Бебика. К.: Університет «Україна», 2008. 217 с.

3. Дячук В. П. Іміджологія. Соціокультурний вимір : навч. Посібник..МОН України. МК України. Нац. акад. керівних кадрів культури і мистецтва. К. : Ліра-К, 2017. 308 с.

4. Влащенко Н.М. Сіті-брендинг : навч. Посібник. Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2016. 151 с.

5. Смерічевський С.Ф., Петропавловська С.Є., Радченко О.А. Бренд-менеджмент: навчальний посібник .К.: НАУ, 2019.156 с.



6. Поклонська Л. С. Ділова репутація та імідж організації та бренду. Вісник КНУТД, Серія: Економічні науки 2019. № 2(133). С. 60–69. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/vknutden_2019_2_7
7. Каплунов Д. Нейрокопірайтинг 2.0. Харків.Фабула. 2023. 400с.
8. Костюк Г. В., В.В.Сторожук. Формування позитивного іміджу підприємства. Вісник Київського національного університету технологій та дизайну. 2014. № 1 (75). С. 176-181.
9. Калениченко Р.А ., Телебенєва Є.О. Іміджологія: навч. посібник. Київ: ЦП Компрінт, 2023. 131 с.
10. Тодорова О. Перлини сенсів та ідей. Корпоративні комунікації в мирний і воєнний час. Асоціація Корпоративних медіа України, 2024.176с.
11. Шавкун І. Г., Я.С. Дибчинська. Формування іміджу організації : [навчальний посібник для здобувачів ступеня вищої освіти бакалавра спеціальності «Менеджмент»].Запоріжжя: ЗНУ, 2016. 111 с.
12. Цимбалюк С.О. Управління брендом роботодавця: навч.посіб. К.: КНЕУ, 2016.256 с.
13. Marion Andrivet How to Build a Brand: A Complete Step-by-Step Guide For Marketers & Entrepreneurs. URL: <https://www.thebrandingjournal.com/2024/12/how-to-build-a-brand/>

Система оцінювання результатів навчання

За результатами поточного контролю протягом семестру студент може отримати максимально 50 балів, за результатами підсумкового контролю 50 балів; для допуску до екзамену необхідно мати не менше 25 балів поточної успішності.

Більш детальна інформація щодо оцінювання наведена в робочій навчальній програмі дисципліни.

Накопичування балів з навчальної дисципліни

Види навчальної роботи	Мах кількість балів
Робота на заняттях та виконання завдань	50
Екзамен	50
Максимальна кількість балів	100

Відповідність шкали оцінювання ЄКТС національній системі оцінювання та шкалі оцінювання Національного університету «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ЄКТС	Оцінка за національною шкалою
90 - 100	A	відмінно
82 - 89	B	добре
74 - 81	C	
64 - 73	D	
60 - 63	E	задовільно
35 - 59	FX	
1 - 34	F	

Присутність здобувачів вищої освіти на практичних і лекційних заняттях є обов'язковою, важливою також є їх участь в обговоренні всіх питань теми. Пропущені заняття мають бути відпрацьовані. Здобувач вищої освіти повинен дотримуватися навчальної етики, поважно ставитися до учасників процесу навчання, дотримуватися дисципліни й часових (строкових) параметрів навчального процесу.



Більш детальну інформацію щодо компетентностей, результатів навчання, методів навчання, форм оцінювання, самостійної роботи наведено у Робочій програмі навчальної дисципліни: <https://dist.nupp.edu.ua/course/view.php?id=4451>

Силабус затверджено на засіданні кафедри менеджменту і логістики
26 серпня 2024 р. Протокол № 2