

**ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ДОНЕЦКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ
КАФЕДРА МЕЖДУНАРОДНОГО БИЗНЕСА И ДЕЛОВОГО
АДМИНИСТРИРОВАНИЯ**

УТВЕРЖДАЮ:

Проректор по научно-методической
и учебной работе

Е.И. Скафа



«12» апреля 2020 г.

**Рабочая программа учебной дисциплины
«РЕПУТАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ»**

Укрепленная группа направлений подготовки	<i>38.00.00 Экономика и управление</i>
Направление подготовки	<i>38.04.04 Государственное и муниципальное управление</i>
Магистерская программа	<i>GR-менеджмент. Взаимодействие бизнеса и органов власти</i>
Образовательная программа	<i>Академическая магистратура</i>
Квалификация	<i>Магистр</i>
Форма обучения	<i>Очная</i>

ДОНЕЦК 2020

УТВЕРЖДАЮ:

И.о. декана экономического факультета
Полыков Ю.Н.



21.04.2020 г.

Рабочая программа учебной дисциплины «Репутационный менеджмент» составлена на основании Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования (ФГОС ВО) направления подготовки 38.04.04 Государственное и муниципальное управление (уровень магистратуры), утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 26 ноября 2014 г. № 1518 (с изменениями и дополнениями от 13 июля 2017 г.);

Порядка организации учебного процесса в образовательных организациях высшего профессионального образования Донецкой Народной Республики, утвержденного приказом Министерства образования и науки ДНР № 1171 от «10» ноября 2017 г. (с изменениями, внесенными от 03.05.2019 г. №567);

учебного плана и основной образовательной программы GR-менеджмент. Взаимодействие бизнеса и органов власти направления подготовки 38.04.04 Государственное и муниципальное управление, разработанных в ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет».

Разработчик:

Кандидат экономических наук, профессор,
профессор кафедры международного бизнеса
и делового администрирования

Л.И. Донец

Программа учебной дисциплины утверждена на заседании кафедры международного бизнеса и делового администрирования

Протокол № 8а от «30» марта 2020 г.

Зав. кафедрой

О.Л. Некрасова

Программа учебной дисциплины одобрена учебно-методической комиссией экономического факультета

Протокол № 8 от «20» апреля 2020 года

Председатель учебно-методической
комиссии факультета

Е.Н. Стрелина

1. ОБЛАСТЬ ПРИМЕНЕНИЯ И МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В УЧЕБНОМ ПРОЦЕССЕ

Учебная дисциплина «Репутационный менеджмент» относится к циклу вариативной части образовательной программы. Для изучения данной учебной дисциплины необходимы знания, умения и навыки, *формируемые предшествующими дисциплинами* – GR-менеджмент, Лидерство (политический брендинг), международный бизнес (продвинутый уровень), методология и методы научных исследований, и *сопутствующими* кадровая политика и кадровый аудит. Знания, умения и навыки, полученные в ходе изучения дисциплины «Репутационный менеджмент», используются при написании магистерской диссертации.

Структура дисциплины

Направление подготовки	38.04.04 Государственное и муниципальное управление
Магистерская программа	GR-менеджмент. Взаимодействие бизнеса и органов власти.
Образовательная программа	академическая магистратура
Квалификация	магистр
Количество содержательных модулей (тем)	2 (8)
Дисциплина базовой / вариативной части образовательной программы	Вариативная часть
Формы контроля	1 модульный контроль, зачет в 3-м семестре
Количество зачетных единиц	3,5
Год подготовки	2
Семестр	3
Количество часов	126
- лекционных	-
- практических	36
- лабораторных	-
- самостоятельной работы	90
в т.ч. индивидуальное задание	16
Недельное количество часов, т.ч.	7
аудиторных	2
самостоятельной работы студента	5

2. ОПИСАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель изучения дисциплины «Репутационный менеджмент» – сформировать представление 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.

Задачи:

- получение представления о понятии, концептуальных основах и сферах применения репутационного менеджмента;
- знание принципов стратегического планирования и оперативного управления в сфере корпоративных коммуникаций;
- умение пользоваться методами анализа и исследования в репутационном менеджменте.

Требования к результатам освоения дисциплины: процесс изучения дисциплины направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО РФ по направлению подготовки 38.04.04 Государственное и муниципальное управление и основной образовательной программой высшего образования направления подготовки

38.04.04 Государственное и муниципальное управление (магистерская программа: GR-менеджмент. Взаимодействие бизнеса и органов власти):

общекультурных (ОК):	
ОК-1	способностью к абстрактному мышлению, анализу, синтезу
ОК-2	готовностью действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения
ОК-3	готовностью к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала
общепрофессиональных (ОПК):	
ОПК-2	готовностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач в области профессиональной деятельности
ОПК-3	готовностью руководить коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия
профессиональных (ПК):	
организационно-управленческая деятельность:	
ПК-1	владением технологиями управления персоналом, обладанием умениями и готовностью формировать команды для решения поставленных задач
ПК-2	владением организационными способностями, умением находить и принимать организационные управленческие решения, в том числе и в кризисных ситуациях
административно-технологическая деятельность:	
ПК-5	владением современными методами диагностики, анализа и решения социально-экономических проблем, а также методами принятия решений и их реализации на практике
ПК-6	способностью понимать современные тенденции развития политических процессов в мире, мировой экономики и глобализации, ориентироваться в вопросах международной конкуренции
проектная деятельность:	
ПК-15	способностью выдвигать инновационные идеи и нестандартные подходы к их реализации
научно-исследовательская и педагогическая деятельность:	
ПК-20	владением методами и инструментальными средствами, способствующими интенсификации познавательной деятельности

В результате изучения учебной дисциплины студент должен:

знать:

-основные понятия теории управления имиджем и деловой репутацией; цели и принципы организации и управления репутацией; специфику составления планов, программ, мероприятий, в том числе и репутационного характера;

уметь:

-анализировать текущее состояние деловой репутации на корпоративном и персональном уровнях; определять форму и структуру планов, программ, мероприятий репутационного характера; разрабатывать содержание планов, программ формирования репутации организации.

владеть элементарными приемами управления деловой репутацией; практическими навыками воздействия на различные группы общественности; навыками разработки планов, программ, мероприятий, в том числе и репутационного характера.

3. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ И ФОРМЫ ОРГАНИЗАЦИИ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА

Дисциплина «Репутационный менеджмент» предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, практические занятия, самостоятельную работу студентов.

Материал излагается с использованием объяснительно-иллюстративных, эвристических и исследовательских методов преподавания. При проведении лекций и практических занятий используются мультимедийные презентации, документальные и анимационные видеоролики научно-познавательного характера, раздаточные материалы.

В учебном процессе широко применяются активные и интерактивные формы проведения занятий (разбор конкретных ситуаций, дискуссия, полемика), внеаудиторная самостоятельная работа, балльно-рейтинговая система оценки успеваемости, личностно-ориентированное обучение, проблемное обучение.

В учебном процессе используются интернет-ресурсы по данному курсу; рассматриваются задачи, максимально приближенные к конкретным практическим ситуациям, тесты, самостоятельная работа; контрольные работы.

Самостоятельная работа студентов предусматривает подготовку к практическим занятиям, подготовку конспектов по отдельным вопросам изучаемых тем, изучение учебной и методической литературы, аннотаций статей, подготовку и защиту результатов собственных научных исследований.

Тематический план дисциплины «Репутационный менеджмент»

Темы	Вопросы темы
Содержательный модуль 1 Понятие деловой репутации	
1. Понятие деловой репутации	1.1. Авторитет как предшественник репутации 1.2. Символы и реальность в многообразии современных авторитетов 1.3. Смена парадигмы бизнеса в условиях информационного общества 1.4. Репутация как важнейший нематериальный актив 1.5. Имидж и репутация: сходство и различие
2. Цифровая экономика как новая реальность	2.1. Основные черты цифровой среды 2.2. Мировой рынок информационных ресурсов 2.3. Роль больших данных (Big Data) в современном мире 2.4. Киберпреступность 2.5. Репутационные риски в эпоху цифровых технологий
3. Параметры деловой репутации	3.1. Преимущества репутации как стратегического актива 3.2. Понятие и методы расчета гудвилл 3.3. Целевые аудитории репутации 3.4. Компоненты репутации 3.5. Рейтинги репутации
4. Создание информационной основы репутации	4.1. Репутационный аудит 4.2. Информационный и коммуникационный аудит 4.3. Разработка «легенды» 4.4. Формирование образа 4.5. Основы информационной политики 4.6. Новые медиа

Содержательный модуль 2 Технологии управления деловой репутацией	
5. Технологии управления деловой репутацией компании	5.1. Взаимодействие со СМИ 5.2. Корпоративная социальная ответственность 5.3. и благотворительность 5.3. Повышение инвестиционной привлекательности 5.4. Укрепление авторитета в органах власти 5.5. Построение системы внутрикорпоративных коммуникаций 5.6. Разработка коммуникационной программы
6. Технологии управления деловой репутацией руководителя	6.1. Репутация современного российского предпринимателя 6.2. Позиционирование компании через первое лицо 6.3. Коммуникационный аудит и личностная диагностика 6.4. Создание образа и разработка «легенды» 6.5. Продвижение во внешних и внутренних аудиториях
7. Антикризисные коммуникации как инструмент защиты репутации	7.1. Управление репутационными рисками 7.2. Виды кризисов и особенности коммуникаций 7.3. Технологии работы PR-службы в условиях кризиса 7.4. Юридическая защита деловой репутации 7.5. Кризис как способ продвижения
8. Управление карьерой	8.1. Выбор карьерной стратегии 8.2. Управление карьерными рисками 8.3. Создание персонального бренда 8.4. Технологии карьерного продвижения 8.5. Особенности коммуникационной программы

Структура дисциплины «Репутационный менеджмент» по видам учебной деятельности

Названия тем	Количество часов			
	Очная форма			
	Всего	в т.ч.		
		Лекции	Практические	СРС
Содержательный модуль 1				
Понятие деловой репутации				
1. Понятие деловой репутации	15		4,5	11,25
2. Цифровая экономика как новая реальность	15		4,5	11,25
3. Параметры деловой репутации	15		4,5	11,25
4. Создание информационной основы репутации	18		4,5	11,25
Итого по содержательному модулю 1	63		18	45
Содержательный модуль 2				
Технологии управления деловой репутацией				
5. Технологии управления деловой репутацией компании	15		4,5	11,25
6. Технологии управления деловой репутацией руководителя	15		4,5	11,25
7. Антикризисные коммуникации как	15		4,5	11,25

инструмент защиты репутации				
8. Управление карьерой	18		4,5	11,25
Итого по содержательному модулю 2	63		18	45
Всего	126		36	90

4. КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ДЛЯ ПОДГОТОВКИ К ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Содержательный модуль 1 Понятие деловой репутации

1. Что представляет собой такой социальный феномен как репутация?
2. Почему и когда возникает необходимость практического применения репутационных технологий?
3. Какие виды репутации существуют, их характеристики.
4. Как проявляется социально-психологический феномен репутации?
5. Что представляет собой нематериальный актив корпоративной репутации и в чем состоит его ценность?
6. Почему репутацию можно воспринимать как ресурс управления?
7. Как определяются репутационные характеристики и факторы, влияющие на процесс создания корпоративной репутации?
8. В чем заключаются проблемы создания и развития стратегии удачного конкурентного позиционирования корпоративной репутации?
9. Каково значение корпоративной культуры в создании корпоративной репутации?
10. Как проявляются причины кризиса репутационной политики организации?
11. Что представляет собой антикризисная репутационная система управления?
12. Почему репутация выступает средством повышения доверия к субъекту коммуникации?
13. Какие альтернативные подходы к управлению корпоративными репутациями существуют в практике современного управления?
14. Какие модели изменения корпоративной репутации существуют в реальной практике и как их можно охарактеризовать?
15. В чем состоят основные задачи разработки стратегического менеджмента по изменению корпоративной репутации?
16. Управление общественным мнением в целях продвижения и закрепления репутационных технологий как технология PR.
17. Какие существуют методы оценки корпоративной репутации?
18. Почему необходимо проводить анализ представлений различных групп корпоративной аудитории о репутационной характеристике корпорации и как он осуществляется?
19. Какие различные средства воздействия на целевую аудиторию можно использовать на практике?
20. Что представляет собой теоретический уровень разработки репутационных технологий?
21. Как характеризуется практический уровень разработки репутационных технологий?
22. Какие компоненты включаются в процесс выработки алгоритма воздействия как на конкретного субъекта репутации, так и на целевую аудиторию?
23. Какая последовательность данных компонентов создает алгоритм воздействия репутационных характеристик на целевую корпоративную аудиторию?
24. Как осуществляется диагностика и мониторинг целевых аудиторий?

25. Что представляет инструментарий коммуникационных стратегий защиты репутации?
26. Как осуществляется выработка антикризисного поведения субъекта?
27. В чем состоит проблема определения совокупного корпоративного имиджа и репутации?
28. Какие качественные и количественные методы исследования можно использовать при анализе корпоративного имиджа и репутации?
29. Как и с помощью, каких методов можно осуществить качественную оценку корпоративной репутации?
30. Что представляет собой количественный анализ как метод описания корпоративной репутации и для чего он необходим?
31. В чем состоит проблема соотношения качественных и количественных методов анализа корпоративной репутации и имиджа?

Содержательный модуль 2

Технологии управления деловой репутацией

1. Концептуальные основы репутационного менеджмента как теоретическая и практическая разработка вопросов репутационных технологий.
2. Репутация как социальный феномен и понятие.
3. Основные внутренние составляющие репутации и их характеристика.
4. Особенности репутации.
5. Социально-психологический феномен репутации.
6. Характеристика основных видов репутации.
7. Проблема позиционирования корпоративной социальной ответственности: репутация как компонент гудвилла.
8. Репутационная политика организации: определение репутационных характеристик и факторов, влияющих на процесс создания корпоративной репутации.
9. Проблемы создания и развития стратегии удачного конкурентного позиционирования корпоративной репутации.
10. Значение корпоративной культуры в создании корпоративной репутации.
11. Причины появления кризиса репутационной политики организации.
12. Характеристика антикризисной репутационной системы управления.
13. Технология разработки антикризисной коммуникационной стратегии и её основные этапы.
14. Ключевые механизмы репутационного менеджмента и их характеристика.
15. Характеристика альтернативных подходов к управлению корпоративными репутациями и основные факторы, влияющие на выбор данных подходов.
16. Основные этапы оценки корпоративного имиджа и репутации и их описание.
17. Проблема изменения корпоративной репутации и основные задачи. стратегического менеджмента по изменению корпоративной репутации.
18. Характеристика возможных моделей изменения корпоративной репутации.
19. Программа корпоративного позиционирования: проблемы разработки и реализации.
20. Проблема установления взаимодействия с клиентурой: управление процессами создания характеристик репутации у субъекта.
21. Проблема воздействия репутационных характеристик на целевую корпоративную аудиторию.
22. Структура оценки корпоративной репутации: её основные элементы.
23. Анализ различных групп целевой корпоративной аудитории.
24. Основные средства воздействия на целевую аудиторию и их характеристика.
25. Понятие имидж. Психология имиджа.
26. Этапы построения имиджа организации.
27. Возрастные и гендерные особенности имиджа руководителя.
28. Авторитет руководителя и стиль руководства как составные компоненты репутации организации.

29. Соотношение понятий «имидж» и «репутация».
30. Взаимодействие имиджа, бренда и репутации как факторов успешности организации на рынке.
31. Корпоративная культура и философия организации как первый шаг к формированию репутации.

5. ОБРАЗЕЦ ЗАДАНИЯ МОДУЛЬНОЙ КИТРОЛЬНОЙ РАБОТЫ

ГОУ ВПО «ДОНЕЦКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Направление подготовки: 38.04.04 Государственное и муниципальное управление
Магистерская программа: GR-менеджмент. Взаимодействие бизнеса и органов власти
Программа подготовки: академическая магистратура
Форма обучения: очная
Семестр: третий
Учебная дисциплина: Репутационный менеджмент

Модульный контроль № п

Теоретическое задание. Причины появления кризиса репутационной политики организации.

Практическое задание.

1. Проведите хронометраж своего дня: сколько времени вы тратите на общение с гаджетами (мобильный телефон, ноутбук, планшет и т.п.) и на общение с друзьями и близкими, занятия спортом, прогулками и пр. Устраивает ли вас такое распределение баланса вашего времени между виртуальной и реальной жизнью?
2. Оглянитесь вокруг себя: какие симулякры вас окружают? Воспринимаете ли вы их как реальные объекты?

6. КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ЗАДАНИЯ МОДУЛЬНОГО КИТРОЛЯ

Максимальная общая сумма баллов, которую может получить студент, успешно выполнив все виды заданий, составляет 20 баллов.

1. Теоретическое задание в случае полного правильного ответа – 13 баллов; есть отдельные положения ответа, есть ошибки в приведенных формулах или определениях – 9-12 баллов; не более 50 % полного ответа, ошибки – 6-8; не более 20 % полного ответа, ошибки – 1-5 балла; нет ответа – 0 баллов.

2. Решение задания: правильное решение, сделан полный правильный вывод – 7 баллов; правильное решение, но вывод не точный (не полный) – 4-6 баллов; есть ошибки в ходе решения, вывода нет – 1-3 баллов; нет решения – 0 баллов.

7. КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ

Организационно-учебная работа студента в аудитории оценивается на основе таких критериев как посещаемость занятий, активность во время проведения лекционных и практических занятий (вопросы лектору по теме лекционного материала, участие в обсуждении пройденного материала, решение задач и ситуаций у доски и т.п.).

Самостоятельная работа (включая выполнение СРС и ИРС) оценивается в 30 баллов. В разрезе отдельных тем оценивание осуществляется следующим образом.

Оценивание СРС и ИРС по дисциплине «Репутационный менеджмент»

Тема	СРС	ИРС
Содержательный модуль 1		
Концепция управления проектами. Основные процессы управления проектами		
1. Понятие деловой репутации	1	1
2. Цифровая экономика как новая реальность	2	1
3. Параметры деловой репутации	2	2,5
4. Создание информационной основы репутации	2	3,5
Итого по содержательному модулю 1	7	8
Содержательный модуль 2		
Вспомогательные процессы управления проектами		
7. Технологии управления деловой репутацией компании	2	1
8. Технологии управления деловой репутацией руководителя	2	2
9. Антикризисные коммуникации как инструмент защиты репутации	2	3
10. Управление карьерой	2	1
Итого по содержательному модулю 2	8	7
Итого	15	15
Всего	30	

8. ИНДИВИДУАЛЬНОЕ ТВОРЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ

Создайте программу репутационного аудита выбранной организации по одной из методик (Гр. Даулинга, И. Олейника и А. Лапшова, Л. Сальниковой). Репутационный аудит должен включать в себя следующие пункты:

- независимую оценку узнаваемости в значимых репутационных аудиториях;
- анализ конкурентной ситуации;
- анализ сложившегося имиджа;
- анализ «узких мест»;
- прогноз репутационных тенденций организации.

Требования относительно оформления кейса.

Программа готовится и сдается в электронном и печатном виде и должен отвечать следующим требованиям:

- по структуре:

- 1) Титульный лист.
- 2) Содержание.
- 3) Разделы и подразделы.
- 4) Список использованных источников (не менее 10).

- по оформлению:

- 1) Шрифт Times New Roman, кегель 14, интервал 1,5.
- 2) Нумерация страниц сверху, справа. Поля: левое – 3 см, верхнее и нижнее – 2 см, правое – 1,5 см.
- 3) Обязательные ссылки на использованные источники информации, включая интернет-ресурсы.
- 4) Объем работы – 20–25 страниц.

Все расчеты должны выполняться в Excel. Кейс должен быть хорошо иллюстрирован графически. В конце работы ставится подпись автора и дата.

9. КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ИНДИВИДУАЛЬНОГО ТВОРЧЕСКОГО ЗАДАНИЯ

Защита индивидуального задания происходит поэтапно после изучения соответствующей темы в форме собеседования с преподавателем. В конце работа сдается в печатном и электронном виде.

15 баллов полное соответствие разработанной программы требованиям к содержанию и оформлению, отсутствие ошибок управленческого, экономического, математического и грамматического характера. Программа содержит не только текстовый и расчетный материал, но и хорошо иллюстрирован графически.

10-14 баллов программа содержит большую часть разделов. В большей степени есть лишь описательная часть. Или если при наличии всех структурных частей обоснование и использованные методы содержат ошибки.

До 10 баллов количество выполненных разделов менее половины. Содержание материала не раскрыто в полной мере.

10. КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ОБЩЕЙ УСПЕВАЕМОСТИ

Общая оценка знаний студентов по дисциплине проводится по 100-балльной шкале согласно таким критериям:

Содержательные модули	Вид работы	Баллы
Содержательный модуль 1	Организационно-учебная работа студента в аудитории	15
	Самостоятельная работа	15
	Модульная контрольная работа	20
	Итого	50
Содержательный модуль 2	Организационно-учебная работа студента в аудитории	35
	Самостоятельная работа	15
	Итого	50
Общий итог		100

Порядок оценивания учебных достижений обучающихся

Оценка по шкале ECTS	Оценка по 100-балльной шкале	Оценка по государственной шкале	
		экзамен, дифференцированный зачет	зачет
A	90-100	5 (отлично)	зачтено
B	80-89	4 (хорошо)	зачтено
C	75-79	4 (хорошо)	зачтено
D	70-74	3 (удовлетворительно)	зачтено
E	60-69	3 (удовлетворительно)	зачтено
FX	35-59	2 (неудовлетворительно) с возможностью повторной аттестации	не зачтено
F	0-34	2 (неудовлетворительно) с возможностью повторной сдачи при условии обязательного набора дополнительных баллов	не зачтено

11. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА

Учебные занятия проводятся в 7-м (ул. Челюскинцев, 186) и 5-м учебных корпусах (ул. Челюскинцев, 189 в) университета. Для проведения практических занятий требуется аудитория, оборудованная меловой или маркерной доской, мультимедийный проектор и экран, ноутбук, комплект учебной мебели для студентов, рабочее место преподавателя. Выход в Интернет проводной или с использованием Wi-Fi.

Для самостоятельной работы используются текстовые и электронные ресурсы Научной библиотеки университета и других электронных библиотечных баз данных, учебно-методическое обеспечение, представленное в учебно-методических кабинетах 7-го (ауд.108) и 5-го учебных корпусов (ауд. 207), материально-техническая база учебной лаборатории «Проблем организации международного бизнеса», читальный зал №4 периодической литературы.

11. РЕСУРСЫ ЭЛЕКТРОННОГО ОБУЧЕНИЯ И ДИСТАНЦИОННЫХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

Изучение дисциплины «Репутационный менеджмент» может осуществляться с использованием электронного обучения и дистанционных образовательных технологий:

Облако сервиса mail.ru Донец Л.И. Папка «Репутационный менеджмент»
<https://cloud.mail.ru/public/DpVN/F14PMK9ED>

12. РЕКОМЕНДОВАННАЯ ЛИТЕРАТУРА

№ п/п	Наименование основной литературы	Кол-во экземпляров в библиотеке ДонНУ	Наличие электронной версии в ЭБС ДонНУ
1	Кривоко́ра, Е. И. Деловые коммуникации : учебное пособие для студентов высших учебных заведений, обучающихся по специальности 080502 "Экономика и управление на предприятии сферы обслуживания" / Е. И. Кривоко́ра. - Москва: ИНФРА-М, 2010. - 189 с.	1	
2	Репутационный менеджмент: учебно-методическое пособие / сост. Л.И. Донец, М.Н. Попова, А.И. Дубан. – Донецк: ДонНУ, 2019. – 193 с.		+
Наименований основной литературы: 1		1 печатный экземпляр	1 электронный ресурс
Наименования дополнительной литературы			Наличие в ЭБС «Университетская библиотека ONLINE»
1	Методология и методы современного менеджмента / А.Н. Чаплина, Е.А. Герасимова, И.В. Щедрина, Т.А. Клименкова ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Сибирский Федеральный университет. – Красноярск : СФУ, 2016. – 128 с.		+
2	Шарков, Ф.И. Константы гудвилла: стиль, паблисити, репутация, имидж и бренд фирмы / Ф.И. Шарков. – 3-е изд. – Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2015. – 272 с.		+
3	Культура организации: проблемы формирования и управления / А.Н. Асаул, М.А. Асаул, П.Ю. Ерофеев, М.П. Ерофеев; Международная Академия Менеджмента, Институт проблем экономического возрождения. – Санкт-Петербург: Гуманистика, 2006. – 195 с.		+

4	Менеджмент и Бизнес-Администрирование : журнал / изд. Академия менеджмента и бизнес-администрирования ; гл. ред. Т.А. Козенкова ; учред. ЗАО "ЭЖ МЕДИА". – Москва : Академия МБА, 2016. – № 4. – 188 с.		+
		Кол-во экземпляров в библиотеке ДонНУ	
5	Хачванкян, В. В. Менеджмент. Принципы эффективного управления предприятием : учеб.-практ. и науч. пособие / В. В. Хачванкян, А. З. Газарян. - Донецк : ИД "Кальмиус", 2007. - 490 с.	1	
Наименований дополнительной литературы: 1		1 печатный экземпляр	4 электронных ресурса
Всего по дисциплине «Репутационный менеджмент» Наименований: 6		2 печатных экземпляра	4 электронных ресурса
№ п/п	Периодические издания	Кол-во экземпляров в библиотеке ДонНУ	Наличие электронной версии в ЭБС «Elibrary»
1	Журнал «Российский журнал менеджмента» WWW-адрес: https://rjm.spbu.ru/		+ Доступный архив 2005-2019
	Наименований 1		1 электронный ресурс

13. ИНФОРМАЦИОННЫЕ РЕСУРСЫ

1. Научная библиотека Донецкого национального университета. – Режим доступа: library.donnu.ru

2. Дистанционный курс «Репутационный менеджмент». Центр дистанционного образования экономического факультета ДонНУ.

3. Национальная ассоциация управления проектами СовНет Режим доступа: <http://www.sovnet.ru/>

4. Project Management Institute. Режим доступа: <https://www.pmi.org/>

5. International Project Management Association. Режим доступа: <https://www.ipma.world/>

6. Центр оценки и развития проектного управления. – Режим доступа: <https://www.isopm.ru/>

7. Проектная практика. Режим доступа: <https://pmpractice.ru/>

8. Спайдер проджект. Режим доступа: <http://www.spiderproject.com/ru/>

9. Технологии управления Спайдер Украина. Режим доступа: <http://spiderproject.com.ua/>

10. Альт-Инвест. Режим доступа: <https://www.alt-invest.ru/company/>

14. ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

При выполнении расчетных заданий и индивидуального задания по подготовке инвестиционного проекта студенты используют программу *MS Office*, приложение *Excel*.

1. Windows 7 PRO (корпоративная лицензия ДОННУ № 46484614);

2. Microsoft Office (корпоративная лицензия ДОННУ лицензия № 46472919);

3. Microsoft Visual Studio (лицензия программы DreamSpark для высших учебных заведений);

4. Лицензии GPL, для свободного программного обеспечения: Антивирус Касперского, Adobe Acrobat Reader, xPDF