



МИНИСТЕРСТВО ПРОСВЕЩЕНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования «Новосибирский государственный педагогический
университет»

УТВЕРЖДАЮ

Декан

Института менеджмента и социальных
коммуникаций

(подпись)

16.04.2024 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Управление имиджем и репутацией организации

Направление подготовки:
42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль):
Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

Уровень высшего образования:
бакалавриат

Форма обучения:
заочная

СОСТАВИТЕЛИ:

Кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры рекламы и связей с общественностью
Э.Н. Климова

РЕКОМЕНДОВАНО К ИСПОЛЬЗОВАНИЮ В УЧЕБНОМ ПРОЦЕССЕ

на заседании кафедры рекламы и связей с общественностью

1 ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

1.1 Цель освоения дисциплины:

ознакомление обучающихся с новым видом управлеческой деятельности, обучение современным технологиям оценки и изменения имиджа и репутации. Формирование навыков применения этих технологий в практической деятельности, формирование у студентов систематизированного представления об основах планирования репутационных и имиджевых действий и мероприятий.

1.2 Место дисциплины в структуре образовательной программы

Программа дисциплины разработана в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденным приказом Минобрнауки России от 08.06.0017 г. №512.

Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений блока 1 «Дисциплины» учебного плана образовательной программы, изучается в 5 семестре. Трудоемкость дисциплины: 3 ЗЕ / 108 часов, в том числе 10 часов - контактная работа с преподавателем, 94 часа - самостоятельная работа (таблица 2).

1.3 Планируемые результаты обучения по дисциплине

Дисциплина направлена на формирование компетенции(-ий), представленных в таблице 1.

Таблица 1

Планируемые результаты обучения по дисциплине

Код и наименование компетенции	
Индикаторы достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	
УК-3.1 Определяет свою роль в социальном взаимодействии и командной работе для решения совместных задач и достижения цели.	Знать: знает роли участников в социальном взаимодействии и командной работе
УК-3.2 Осуществляет продуктивное социальное взаимодействие с учетом возможных последствий собственных действий в рамках данного взаимодействия.	Уметь: умеет осуществлять социальное взаимодействие с соблюдением этических норм и правил командной работы
УК-3.3 Соблюдает этические нормы и установленные правила командной работы.	Владеть: владеет навыками коммуникации в рамках социального взаимодействия
ПК-3 Способен реализовать цикл работ по управлению рекламной информацией, PR-деятельности и продвижения товаров и услуг коммерческой организации.	
ПК-3.1 Владеет методами управления рекламной информацией, PR-коммуникациями в коммерческой сфере.	Знать: - теоретические основы имиджелогии; - виды имиджа и его составляющие; - принципы формирования имиджа в профессиональной деятельности; - основные методы и технологии индивидуальной

<p>ПК-3.2 Выполняет задачи по управлению информацией, распространяемой в целях рекламы, PR и продвижения товаров и услуг коммерческой организации.</p>	<p>и корпоративной узнаваемости и стиля; Уметь: - определять основные проблемы при формировании профессионального индивидуального, личного и корпоративного имиджа; - конструировать позитивный индивидуальный и</p>
<p>ПК-3.3 Осуществляет координацию работ в информационной среде коммерческой организации в целях достижения эффективности рекламной и PR-деятельности.</p>	<p>корпоративный профессиональный имидж в условиях современных коммуникациях; Владеть: - формирования позитивного индивидуального и корпоративного профессионального имиджа в современных условиях.</p>
<p>ПК-4 Способен разрабатывать планы рекламных кампаний (кампаний по продвижению товаров и услуг), PR-кампаний коммерческой организации в сети Интернет (как основного направления профессиональной деятельности и (или) в дополнение к традиционным направлениям и средствам рекламирования, PR-поддержки и продвижения) и участвовать в их реализации.</p>	
<p>ПК-4.1 Выполняет задачи линейного менеджера при реализации стратегии и тактики рекламных коммуникаций, PR-поддержки и продвижения товаров и услуг коммерческой организации в сети Интернет (как основного направления профессиональной деятельности и (или) в дополнение к традиционным направлениям и средствам рекламирования, PR-поддержки и продвижения).</p>	<p>Знать: - механизм взаимодействия со средствами массовой информации; - методы исследования общественного мнения и анализа собранных данных; Уметь:</p>
<p>ПК-4.2 Осуществляет задачи планирования в рамках избранной стратегии и тактики рекламы, PR и продвижения товаров и услуг коммерческой организации в онлайн-среде (как основного направления профессиональной деятельности и (или) в дополнение к традиционным направлениям и средствам рекламирования, PR-поддержки и продвижения).</p>	<p>- применять различные методы решения организационных, медийных и ПР проблем в ходе проведения имиджевых рекламных кампаний; - использовать в практической работе по разработке рекламных кампаний полученные знания; Владеть:</p>
<p>ПК-4.3 Осуществляет координацию работ по созданию рекламного и PR-продукта при продвижении товаров и услуг коммерческой организации в сети Интернет (как основного направления профессиональной деятельности и (или) в дополнение к традиционным направлениям и средствам рекламирования, PR-поддержки и продвижения).</p>	<p>- выступления перед аудиторией, участия в дискуссии; - сравнительного анализа и синтеза, работы с мультимедийными материалами при разработки реализации рекламных кампаний</p>

2 СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Пятый семестр

Тема 1. Управление имиджем и репутацией как направление профессиональной деятельностью

Виды капиталов: социальный капитал Дж. Коулмена, символический капитал П. Бурдьё. Соотношение понятий «имидж» и «репутация». Авторитет как предшественник репутации, типы авторитетов по Э.Дюркгейму. Симулякры Ж. Бодрийяра и их использование в современном медиа пространстве. Соотношение имиджа, репутации и доверия, критерии доверия. Соотношение понятий имидж, репутация, бренд. Имидж как нематериальный актив. Теория Ф. Кидланда и Э. Прескотта. Систематизация междисциплинарных подходов к пониманию сущности имиджа: юридический подход, бухгалтерский подход, маркетингов. Формирование имиджа в среде массовой коммуникации. Роль средств массовой информации в формировании социальной реальности. Особенности применения печатных (книги, газеты, журналы) и электронных (радио, телевидение, Интернет) средств массовой информации. Реклама и связи с общественностью как средство формирования образа социальных объектов. Когнитивный, аффективный и поведенческий компоненты имиджа. Сознательный и бессознательные уровни функционирования имиджа. Ключевые имиджевые характеристики объекта. Проблема объекта и субъекта имиджа. Личность как реципиент имиджа.

Тема 2. Технологии проектирования и моделирования имиджа

Обоснование необходимости формирования имиджа, постановка цели. Роль имиджа и репутации в формировании общественного мнения. Внешняя и внутренняя составляющая имиджа. Вербальные и невербальные составляющие имиджа. Трансляторы имиджа. Особенности визуальной коммуникации. Этапы формирования имиджа. Позиционирование, возвышение имиджа, снижение имиджа (антиреклама), отстройка от конкурентов, контрреклама, мифологизация, манипуляция. Способы корректировки и оценки имиджа. Разработка коммуникационной стратегии по управлению имиджем, её встраивание в единую коммуникационную стратегию компании, создание «легенды», формирование образа. Определение информационной политики. Функции внешнего имиджирования. Идентификация, акцентуация и продвижение в технологии формирования внешнего имиджа. Проектирование корпоративного имиджа. Технические задачи имиджевых коммуникаций. Определение целевых аудиторий. Разработка компонентов внешнего имиджа организации. Имиджевые рекламные кампании. Имиджевая общественная деятельность. Целенаправленное управление внутренней коммуникацией в целях имиджирования. Кадровая политика предприятия как способ формирования внутреннего имиджа фирмы.

Тема 3. Методы формирования репутации и ее изменения

Теоретический уровень разработки репутационных технологий: определение и применение общих и специальных социальных законов. Анализ и использование общих методов и принципов управленческой науки. Систематизация, классификация и технологии создания репутации проекта.

Практический уровень разработки репутационных технологий: определение компонентов системы коммуникационного менеджмента и их внедрение применительно к коммуникационному продукту. Выработка алгоритма последовательности применения сочетаемости компонентов и других условий последовательного воздействия как на конкретного субъекта репутации, так и на целевую аудиторию. Диагностика и мониторинг целевых аудиторий. Особенности выборки целевой аудитории. Правило определения оптимальных характеристик субъективных репутации. Определение каналов взаимодействия между субъектами и общественностью. Определение способов воздействия на целевую аудиторию. Систематический замер реакции аудитории на воздействие. Корректировка управляющего воздействия.

Тема 4. Репутационный менеджмент

Стратегический анализ и репутационный менеджмент. Репутация как средство повышения

доверия к субъекту коммуникации. Заинтересованность и увеличение доверия как ключевые механизмы репутационного менеджмента. Репутация как средство интенсификации коммуникации между субъектом репутации и общественностью. Альтернативные подходы к управлению корпоративными репутациями. Основные факторы, влияющие на выбор данных подходов. Основные этапы оценки корпоративного имиджа и репутации. Проблема изменения корпоративной репутации. Основные элементы стратегического менеджмента по изменению корпоративной репутации. Характеристика возможных моделей изменения корпоративной репутации. Программа корпоративного позиционирования: проблемы разработки и реализации. Основные задачи управления по изменению корпоративной репутации.

Содержание работ по дисциплине

Таблица 2

Содержание работы	Виды и формы работы, час					Всего, час	Код компетенции
	Контактная работа				Самостоятельная работа, в т.ч. в форме практической подготовки*		
	Лекции, в т.ч. в форме практической подготовки*	Лабораторные, в т.ч. в форме практической подготовки*	Практические, в т.ч. в форме практической подготовки*	Консультации, в т.ч. в форме практической подготовки*			
Пятый семестр							
Тема 1. Управление имиджем и репутацией как направление профессиональной деятельностью	1		1(1)		25	27	УК-3, ПК-3, ПК-4
Тема 2. Технологии проектирования и моделирования имиджа	1		2(1)		23	26	УК-3, ПК-3, ПК-4
Тема 3. Методы формирования репутации и ее изменения	1		2(1)		23	26	УК-3, ПК-3, ПК-4
Тема 4. Репутационный менеджмент	1		1(1)		23	25	УК-3, ПК-3, ПК-4
Подготовка к зачету					4	4	УК-3, ПК-3, ПК-4
Итого по дисциплине	4		6(4)		98	108	

* В случае проведения контактной или самостоятельной работы в форме практической подготовки, часы на практическую подготовку указываются в скобках.

3 МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Для успешного освоения дисциплины следует ознакомиться с содержанием разделов и тем по дисциплине (см. п. 2), следовать технологической карте при выполнении самостоятельной работы (табл. 3), использовать рекомендованные ресурсы (п. 4) и выполнять требования внутренних стандартов университета.

4 УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1 Основная учебная литература

1. Шарков, Феликс Изосимович Интегрированные коммуникации : реклама, паблик рилейшнз, брендинг : учебное пособие для вузов по направлению "Связи с общественностью" : рек. УМО вузов РФ / Ф. И. Шарков ; Междунар. акад. бизнеса и управления, Ин-т современных коммуникационных систем и технологий. - Москва : Дашков и К : Альтехсофт "Изд-во Шаркова", 2011. - 324 с. - Библиогр.: с. 320-324. - Словарь: с. 240-319. - ISBN 978-5-394-00792-7

4.2 Дополнительная учебная литература

1. Ковальчук, Аделаида Сергеевна Основы имиджологии и делового общения : учебное пособие для вузов / А. С. Ковальчук. - 3-е изд., доп. и перераб. - Ростов-на-Дону : Феникс, 2004. - 256 с. : ил. - (Высшее образование). - Библиогр. в конце гл.. - ISBN 5-222-04793-8
2. Имиджология : учебно-методическое пособие / сост. Т. А. Гонохова ; Горно-Алтайский гос. ун-т. - Горно-Алтайск : ГАГУ, 2011. - 208 с. - URL: <https://icdlib.nspu.ru/views/icdlib/2552/read.php> (дата обращения: 10.08.2025) . - Текст : электронный
3. Имиджология : учебно-методическое пособие / авт.-сост. М. В. Елкина ; Сибирский гос. ун-т физ. культуры и спорта. - Омск : [б. и.], 2013. - 156 с. : табл. - URL: <https://icdlib.nspu.ru/views/icdlib/4069/read.php> (дата обращения: 10.08.2025) . - Текст : электронный

4.3 Ресурсы открытого доступа

1. Ассоциация коммуникационных агентств России (АКАР). URL: <http://www.akarussia.ru>
2. eLIBRARY.RU - НАУЧНАЯ ЭЛЕКТРОННАЯ БИБЛИОТЕКА . URL: <https://elibrary.ru/defaultx.asp>
3. Электронная библиотека Grebennikon. URL: <http://grebennikon.ru/journal.php>

4.4 Технологическая карта самостоятельной работы студента

Таблица 3

Темы дисциплины	Перечень учебно-методического обеспечения (номер источника из п.п. 4.1-4.3)
Задания для самостоятельной работы	
Пятый семестр	
Тема 1. Управление имиджем и репутацией как направление профессиональной деятельностью	Основная учебная литература: 1 Дополнительная учебная литература: 1, 2, 3 Ресурсы открытого доступа: 3
Прочитать рекомендуемую литературу по теме и составить план-конспект. Подготовить глоссарий терминов по теме. Подготовиться к семинару.	
Тема 2. Технологии проектирования и моделирования имиджа	Основная учебная литература: 1 Дополнительная учебная литература: 1, 2, 3 Ресурсы открытого доступа: 1, 3
Составить таблицу "Создание имиджевого образа" на примере конкретной организации. Проанализировать кейс "Формирование положительного имиджа организации", сделать выводы, которые представить в презентации.	
Тема 3. Методы формирования репутации и ее изменения	Основная учебная литература: 1 Дополнительная учебная литература: 1, 2, 3 Ресурсы открытого доступа: 1, 2, 3
Подготовить доклад на тему: "Особенности репутационного управления в сети интернет". Провести мониторинг отношения к конкретному бренду в социальной сети ВКонтакте,	

результаты представить в презентации.

Тема 4. Репутационный менеджмент

Основная учебная литература: 1
Дополнительная учебная литература: 1, 2, 3
Ресурсы открытого доступа: 1, 2, 3

Подготовить презентацию и доклад по теме: "Анализ потенциальных репутационных рисков" в выбранном секторе. Разработать антикризисный план для конкретной организации.

Подготовка к зачету

Основная учебная литература: 1
Дополнительная учебная литература: 1, 2, 3
Ресурсы открытого доступа: 1, 2, 3

5 РЕСУРСЫ, НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

5.1 Информационные технологии

Образовательный процесс осуществляется с применением локальных и распределенных информационных технологий (таблицы 4, 5).

Локальные информационные технологии

Таблица 4

Группа программных средств	Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства	Аудитория	Реквизиты подтверждающего документа
Архиваторы файлов	WinRAR	6, 22, 24, 34, 104, 21	Лицензионное соглашение № от 03.05.2011 Контракт №125 от 03.05.2011
	7Zip	31, 26, 100, 101	https://ru.wikipedia.org/wiki/7-Zip
Браузеры (веб-обозреватели)	Chrome	31, 26, 100, 101	https://www.google.com/intl/ru_ALL/chrome/privacy/eula_text.html
Операционные системы	Windows 7 Professional	6, 22, 31, 24, 26, 34, 104, 100, 101, 21	Лицензионное соглашение №48394535 от 09.04.2011 Контракт №125 от 03.05.2011
Офисные приложения	Office Professional 2010	104	Лицензионное соглашение №60735976 от 01.08.2012 Договор №172 от 14.08.2012
	Office Professional 2010	6, 22, 24, 34, 21	Лицензионное соглашение №48394535 от 19.04.2011 Контракт №125 от 03.05.2011
	Libre Office	31, 26, 100, 101	https://wiki.documentfoundation.org/TDF/Policies/Trade-mark_Policy

Распределенные информационные технологии

Таблица 5

Группа	Наименование
Библиотеки и образовательные ресурсы (в том числе персональные сайты преподавателей НГПУ)	Электронная библиотека НГПУ http://lib.nspu.ru

5.2 Материально-техническое обеспечение дисциплины

Таблица 6

Номер и наименование (при наличии) помещения для осуществления образовательной деятельности	Перечень основного оборудования	Адрес места осуществления образовательной деятельности (местоположение согласно лицензии)
Учебная аудитория для проведения учебных занятий лекционного типа		
Ауд. №33 «Аудитория для семинарских и практических занятий»(Здание (учебный корпус института рекламы и связи с общественностью НГПУ))	Комплект учебной мебели Проекционное оборудование: Мультимедиа проектор - 1шт., Экраны рулонные (настенные, на штативе) - 1шт.	630126, г. Новосибирск, Октябрьский район, ул. Вилюйская, дом 28/1
Ауд. №100 «Аудитория для лекционных занятий»(Здание (учебный корпус института рекламы и связи с общественностью НГПУ))	Комплект учебной мебели Проекционное оборудование: Мультимедиа проектор - 1шт., Экраны рулонные (настенные, на штативе) - 1шт. Компьютерное оборудование: Компьютер в комплекте (с выходом в сеть "Интернет" и доступом к электронной информационно-образовательной среде университета) - 1шт.	630126, г. Новосибирск, Октябрьский район, ул. Вилюйская, дом 28/1
Ауд. №200 «Аудитория для лекционных занятий»(Здание (учебный корпус института рекламы и связи с общественностью НГПУ))	Комплект учебной мебели Проекционное оборудование: Мультимедиа проектор - 1шт., Экраны рулонные (настенные, на штативе) - 1шт. Интерактивное оборудование: Интерактивный дисплей (панель) - 2шт.	630126, г. Новосибирск, Октябрьский район, ул. Вилюйская, дом 28/1
Учебная аудитория для проведения учебных занятий семинарского типа (практические занятия, лабораторные занятия)/ Учебная аудитория для проведения групповых и индивидуальных консультаций/ Учебная аудитория для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации		
Ауд. №22 «Компьютерный класс»(Здание (учебный корпус института рекламы и связи с общественностью НГПУ))	Комплект учебной мебели, Флипчарт - 1шт. Компьютерное оборудование: Компьютер в комплекте (с выходом в сеть "Интернет" и доступом к электронной информационно-образовательной среде университета) - 19шт. Интерактивное оборудование: SMART доски - 1шт.	630126, г. Новосибирск, Октябрьский район, ул. Вилюйская, дом 28/1
Ауд. №31 «Аудитория для семинарских и практических занятий»(Здание (учебный корпус института рекламы и связи с общественностью НГПУ))	Комплект учебной мебели Компьютерное оборудование: Ноутбук (с выходом в сеть "Интернет" и доступом к электронной информационно-образовательной среде университета) - 1шт. Проекционное оборудование: Мультимедиа проектор - 1шт., Экраны рулонные (настенные, на штативе) - 1шт.	630126, г. Новосибирск, Октябрьский район, ул. Вилюйская, дом 28/1

<p>Ауд. №26 « Аудитория для семинарских и практических занятий»(Здание (учебный корпус института рекламы и связи с общественностью НГПУ))</p>	<p>Комплект учебной мебели, Доска аудиторная - 1шт. Компьютерное оборудование: Компьютер в комплекте (с выходом в сеть "Интернет" и доступом к электронной информационно-образовательной среде университета) - 1шт. Интерактивное оборудование: SMART доски - 1шт. Проекционное оборудование: Мультимедиа проектор - 1шт.</p>	<p>630126, г. Новосибирск, Октябрьский район, ул. Вилюйская, дом 28/1</p>
<p>Ауд. №34 «Аудитория для семинарских и практических занятий»(Здание (учебный корпус института рекламы и связи с общественностью НГПУ))</p>	<p>Комплект учебной мебели, Доска аудиторная - 2шт. Компьютерное оборудование: Компьютер в комплекте (с выходом в сеть "Интернет" и доступом к электронной информационно-образовательной среде университета) - 1шт. Проекционное оборудование: Мультимедиа проектор - 1шт., Экраны рулонные (настенные, на штативе) - 1шт.</p>	<p>630126, г. Новосибирск, Октябрьский район, ул. Вилюйская, дом 28/1</p>
<p>Ауд. №29 «Аудитория для семинарских и практических занятий»(Здание (учебный корпус института рекламы и связи с общественностью НГПУ))</p>	<p>Комплект учебной мебели, Доска аудиторная - 1шт. Проекционное оборудование: Мультимедиа проектор - 1шт., Экраны рулонные (настенные, на штативе) - 1шт.</p>	<p>630126, г. Новосибирск, Октябрьский район, ул. Вилюйская, дом 28/1</p>
<p>Ауд. №106 «Аудитория для семинарских и практических занятий»(Здание (учебный корпус института рекламы и связи с общественностью НГПУ))</p>	<p>Комплект учебной мебели Проекционное оборудование: Мультимедиа проектор - 1шт., Экраны рулонные (настенные, на штативе) - 1шт.</p>	<p>630126, г. Новосибирск, Октябрьский район, ул. Вилюйская, дом 28/1</p>
<p>Ауд. №104 « Аудитория для семинарских и практических занятий»(Здание (учебный корпус института рекламы и связи с общественностью НГПУ))</p>	<p>Комплект учебной мебели Компьютерное оборудование: Компьютер в комплекте (с выходом в сеть "Интернет" и доступом к электронной информационно-образовательной среде университета) - 1шт. Проекционное оборудование: Мультимедиа проектор - 1шт., Экраны рулонные (настенные, на штативе) - 1шт.</p>	<p>630126, г. Новосибирск, Октябрьский район, ул. Вилюйская, дом 28/1</p>
<p>Ауд. №101 «Аудитория для семинарских и практических занятий»(Здание (учебный корпус института рекламы и связи с общественностью НГПУ))</p>	<p>Комплект учебной мебели, Доска аудиторная - 2шт. Компьютерное оборудование: Компьютер в комплекте (с выходом в сеть "Интернет" и доступом к электронной информационно-образовательной среде университета) - 1шт. Проекционное оборудование: Мультимедиа проектор - 1шт., Экраны рулонные (настенные, на штативе) - 1шт.</p>	<p>630126, г. Новосибирск, Октябрьский район, ул. Вилюйская, дом 28/1</p>

Ауд. №203 «Аудитория для семинарских и практических занятий»(Здание (учебный корпус института рекламы и связи с общественностью НГПУ))	Комплект учебной мебели, Доска аудиторная - 2шт.	630126, г. Новосибирск, Октябрьский район, ул. Вилюйская, дом 28/1
Ауд. №202 «Аудитория для семинарских и практических занятий»(Здание (учебный корпус института рекламы и связи с общественностью НГПУ))	Комплект учебной мебели, Доска аудиторная - 2шт. Проекционное оборудование: Мультимедиа проектор - 1шт., Экраны рулонные (настенные, на штативе) - 1шт.	630126, г. Новосибирск, Октябрьский район, ул. Вилюйская, дом 28/1
Ауд. №21 «Компьютерный класс»(Здание (учебный корпус института рекламы и связи с общественностью НГПУ))	Комплект учебной мебели, Доска аудиторная - 1шт. Компьютерное оборудование: Компьютер в комплекте (с выходом в сеть "Интернет" и доступом к электронной информационно-образовательной среде университета) - 2шт. Проекционное оборудование: Мультимедиа проектор - 1шт., Экраны рулонные (настенные, на штативе) - 1шт.	630126, г. Новосибирск, Октябрьский район, ул. Вилюйская, дом 28/1
Помещение для самостоятельной работы обучающихся		
Ауд. №6 «Помещение для самостоятельной работы»(Здание (учебный корпус института рекламы и связи с общественностью НГПУ))	Комплект учебной мебели Компьютерное оборудование: Компьютер в комплекте (с выходом в сеть "Интернет" и доступом к электронной информационно-образовательной среде университета) - 2шт., Ноутбук (с выходом в сеть "Интернет" и доступом к электронной информационно-образовательной среде университета) - 1шт. Печатное и сканирующее оборудование: Принтеры - 1шт. Проекционное оборудование: Мультимедиа проектор - 1шт., Экраны рулонные (настенные, на штативе) - 1шт.	630126, г. Новосибирск, Октябрьский район, ул. Вилюйская, дом 28/1
Помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования		
Ауд. №5 «Помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования»(Здание (Учебный корпус №1))	Здания/Сооружения: Сооружения - 1шт. Учебное оборудование и наглядные пособия: Милливольтметры - 1шт., Генераторы - 1шт., Измерители - 1шт. Печатное и сканирующее оборудование: МФУ - 1шт.	630126, г. Новосибирск, Октябрьский район, ул. Вилюйская, дом 28
Ауд. №1056 «Для профилактического обслуживания оборудования»(Здание (Школа(Учебный корпус №2)))		630132, г. Новосибирск, Железнодорожный район, ул. Советская, дом 79

6 ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

6.1 Оценочные материалы для проведения текущего контроля успеваемости

Таблица 7

№ п/п	Наименование темы	Код компетенции	Формы проверки
Пятый семестр			
1	Тема 1. Управление имиджем и репутацией как направление профессиональной деятельностью	УК-3, ПК-3, ПК-4	1. Собеседование 2. Тестирование
2	Тема 2. Технологии проектирования и моделирования имиджа	УК-3, ПК-3, ПК-4	1. Собеседование 2. Тестирование
3	Тема 3. Методы формирования репутации и ее изменения	УК-3, ПК-3, ПК-4	1. Собеседование 2. Тестирование
4	Тема 4. Репутационный менеджмент	УК-3, ПК-3, ПК-4	1. Собеседование 2. Тестирование

6.2 Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся

Таблица 8

Оценочные материалы для промежуточной аттестации
Пятый семестр (Зачет)
Код компетенции: УК-3
<ol style="list-style-type: none"> 1. Понятия имиджа и реутации 2. Соотношение понятий «имидж» и «репутация» 3. Авторитет как предшественник репутации, типы авторитетов по Э.Дюркгейму 4. Формирование имиджа в среде массовой коммуникации 5. Реклама и связи с общественностью как средство формирования образа социальных объектов 6. Ключевые имиджевые характеристики объекта 7. Обоснование необходимости формирования имиджа, постановка цели 8. Особенности визуальной коммуникации 9. Позиционирование, возвышение имиджа, снижение имиджа (антиреклама), отстройка от конкурентов, контрреклама, мифологизация, манипуляция 10. Разработка коммуникационной стратегии по управлению имиджем, её встраивание в единую коммуникационную стратегию компании, создание «легенды», формирование образа. Определение информационной политики 11. Технические задачи имиджевых коммуникаций 12. Имиджевая общественная деятельность 13. Кадровая политика предприятия как способ формирования внутреннего имиджа фирмы 14. Теоретический уровень разработки репутационных технологий: определение и применение общих и специальных социальных законов 15. Практический уровень разработки репутационных технологий: определение компонентов системы коммуникационного менеджмента и их внедрение применительно к коммуникационному продукту 16. Диагностика и мониторинг целевых аудиторий. Особенности выборки целевой аудитории. 17. Стратегический анализ и репутационный менеджмент 18. Репутация как средство интенсификации коммуникации между субъектом репутации и общественностью 19. Альтернативные подходы к управлению корпоративными репутациями 20. Основные элементы стратегического менеджмента по изменению корпоративной репутации

21. Характеристика возможных моделей изменения корпоративной репутации
22. Программа корпоративного позиционирования: проблемы разработки и реализации
23. Основные задачи управления по изменению корпоративной репутации

Код компетенции: ПК-3

1. Понятия имиджа и репутации
2. Соотношение понятий «имидж» и «репутация»
3. Авторитет как предшественник репутации, типы авторитетов по Э.Дюркгейму
4. Формирование имиджа в среде массовой коммуникации
5. Реклама и связи с общественностью как средство формирования образа социальных объектов
6. Ключевые имиджевые характеристики объекта
7. Обоснование необходимости формирования имиджа, постановка цели
8. Особенности визуальной коммуникации
9. Позиционирование, возвышение имиджа, снижение имиджа (антиреклама), отстройка от конкурентов, контрреклама, мифологизация, манипуляция
10. Разработка коммуникационной стратегии по управлению имиджем, её встраивание в единую коммуникационную стратегию компании, создание «легенды», формирование образа. Определение информационной политики
11. Технические задачи имиджевых коммуникаций
12. Имиджевая общественная деятельность
13. Кадровая политика предприятия как способ формирования внутреннего имиджа фирмы
14. Теоретический уровень разработки репутационных технологий: определение и применение общих и специальных социальных законов
15. Практический уровень разработки репутационных технологий: определение компонентов системы коммуникационного менеджмента и их внедрение применительно к коммуникационному продукту
16. Диагностика и мониторинг целевых аудиторий. Особенности выборки целевой аудитории.
17. Стратегический анализ и репутационный менеджмент
18. Репутация как средство интенсификации коммуникации между субъектом репутации и общественностью
19. Альтернативные подходы к управлению корпоративными репутациями
20. Основные элементы стратегического менеджмента по изменению корпоративной репутации
21. Характеристика возможных моделей изменения корпоративной репутации
22. Программа корпоративного позиционирования: проблемы разработки и реализации
23. Основные задачи управления по изменению корпоративной репутации

Код компетенции: ПК-4

1. Понятия имиджа и репутации
2. Соотношение понятий «имидж» и «репутация»
3. Авторитет как предшественник репутации, типы авторитетов по Э.Дюркгейму
4. Формирование имиджа в среде массовой коммуникации
5. Реклама и связи с общественностью как средство формирования образа социальных объектов
6. Ключевые имиджевые характеристики объекта
7. Обоснование необходимости формирования имиджа, постановка цели
8. Особенности визуальной коммуникации
9. Позиционирование, возвышение имиджа, снижение имиджа (антиреклама), отстройка от конкурентов, контрреклама, мифологизация, манипуляция

10. Разработка коммуникационной стратегии по управлению имиджем, её встраивание в единую коммуникационную стратегию компании, создание «легенды», формирование образа. Определение информационной политики
11. Технические задачи имиджевых коммуникаций
12. Имиджевая общественная деятельность
13. Кадровая политика предприятия как способ формирования внутреннего имиджа фирмы
14. Теоретический уровень разработки репутационных технологий: определение и применение общих и специальных социальных законов
15. Практический уровень разработки репутационных технологий: определение компонентов системы коммуникационного менеджмента и их внедрение применительно к коммуникационному продукту
16. Диагностика и мониторинг целевых аудиторий. Особенности выборки целевой аудитории.
17. Стратегический анализ и репутационный менеджмент
18. Репутация как средство интенсификации коммуникации между субъектом репутации и общественностью
19. Альтернативные подходы к управлению корпоративными репутациями
20. Основные элементы стратегического менеджмента по изменению корпоративной репутации
21. Характеристика возможных моделей изменения корпоративной репутации
22. Программа корпоративного позиционирования: проблемы разработки и реализации
23. Основные задачи управления по изменению корпоративной репутации

Критерии выставления отметок

Отметка «отлично» / «зачтено» (высокий уровень сформированности компетенций (-ии)) выставляется обучающемуся, который в процессе изучения дисциплины и по результатам промежуточной аттестации, обнаружил системные знания по всем разделам программы дисциплины / модуля / практики, продемонстрировал способность к их самостоятельному пополнению, в том числе в рамках учебно-исследовательской и научно-исследовательской деятельности; при выполнении заданий, предусмотренных программой, успешно продемонстрировал осваиваемые в рамках дисциплины / модуля / практики профессиональные умения; представил результаты выполнения всех заданий для самостоятельной работы полностью и качественно, на творческом уровне, выразил личностную значимость деятельности; при устном ответе высказал самостоятельное суждение на основе исследования теоретических источников, логично и аргументированно изложил материал, связал теорию с практикой посредством иллюстрирующих примеров, свободно ответил на дополнительные вопросы; при выполнении письменного задания представил содержательный, структурированный, глубокий анализ сути и путей решения проблемы (задачи, задания); при выполнении тестовых заданий дал правильные ответы на 85 – 100 % заданий.

Отметка «хорошо» / «зачтено» (средний уровень сформированности компетенций (-ии)) выставляется обучающемуся, который в процессе изучения дисциплины и по результатам промежуточной аттестации, обнаружил знание основного материала по всем разделам программы дисциплины / модуля / практики в объёме, необходимом для дальнейшей учебы и предстоящей работы по профессии, продемонстрировал способность к их самостоятельному пополнению; при выполнении заданий, предусмотренных программой, смог продемонстрировать осваиваемые профессиональные умения, но допустил не принципиальные ошибки в их выполнении, которые смог исправить при незначительной помощи преподавателя; представил результаты выполнения всех заданий для самостоятельной работы, указанных в программе дисциплины / модуля / практики, при этом задания выполнены полностью и качественно; при устном ответе объяснил учебный материал, интерпретировал содержание, экстраполировал выводы; при выполнении письменного задания представил репродуктивную позицию элементы анализа в описании сути и путей

решения проблемы (задачи, задания), изложил логическую последовательность вопросов темы; при выполнении тестовых заданий дал правильные ответы на 75 – 84 % заданий.

Отметка «удовлетворительно» / «зачтено» (пороговый уровень сформированности компетенций (-ии)) выставляется обучающемуся, который в процессе изучения дисциплины и по результатам промежуточной аттестации, обнаружил знание основного материала по всем разделам программы дисциплины /модуля / практики в объёме, необходимом для дальнейшей учебы и предстоящей работы по профессии, но знания имеют пробелы и плохо структурированы; при выполнении заданий, предусмотренных программой, в целом смог продемонстрировать осваиваемые профессиональные умения, но допустил ошибки в их выполнении, которые смог исправить при незначительной помощи преподавателя; представил результаты выполнения всех заданий для самостоятельной работы, указанных в программе дисциплины / модуля / практики, при этом задания выполнены формально, кратко, рефлексия неполная или носит формальный характер, представлено поверхностное описание; при устном ответе продемонстрировал знание базовых положений и ключевых понятий, верно воспроизвел учебное содержание без использования дополнительного материала; при выполнении письменного задания представил репродуктивную позицию в описании сути и путей решения проблемы (задачи, задания); при выполнении тестовых заданий дал правильные ответы на 60 – 74 % заданий.

Отметка «неудовлетворительно» / «не зачтено» (компетенция(-ии) не сформирована(-ы)) выставляется обучающемуся, который в процессе изучения дисциплины и по результатам промежуточной аттестации, обнаружил отсутствие знаний либо фрагментарные знания по основным разделам программы дисциплины / модуля / практики; при выполнении заданий, предусмотренных программой, не смог продемонстрировать осваиваемые профессиональные умения (допустил принципиальные ошибки в их выполнении, которые не смог исправить при указании на них преподавателем), либо не выполнил задания; не выполнил предусмотренные учебным планом практические, лабораторные задания; не полностью выполнил задания для самостоятельной работы, указанных в программе дисциплины / модуля / практики, либо задания выполнены неверно, очевиден плагиат; при устном ответе допустил фактические ошибки в использовании научной терминологии и изложении учебного содержания, сделал ложные выводы; при выполнении тестовых заданий дал правильные ответы на 0 – 59 % заданий.