

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Кудинова Анна Васильевна  
Должность: Заведующая кафедрой арт-бизнеса и рекламы  
Дата подписания: 17.06.2017 11:14:09  
Уникальный программный ключ:  
1366bab9c8ff00d7377af5daae090acbec87d71fc

**Министерство культуры Российской Федерации**  
**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение**  
**высшего образования**  
**«КРАСНОДАРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ КУЛЬТУРЫ»**

**Факультет социально-культурной деятельности и туризма**  
**Кафедра арт-бизнеса и рекламы**

**УТВЕРЖДАЮ**  
Зав. кафедрой арт-бизнеса и рекламы  
\_\_\_\_\_ А.В. Кудинова  
Протокол № 15 «16» июня 2017 г

**АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ**  
**УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

**Б1.В.ДВ.1.2 РЕПУТАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ**

Направление подготовки – 50.03.01 Искусства и гуманитарные науки

Профиль подготовки – Арт-бизнес

Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

Форма обучения – очная, заочная

Составитель:  
кандидат исторических наук, доцент,  
зав. кафедрой арт-бизнеса и рекламы КГИК  
\_\_\_\_\_ А.В. Кудинова

Краснодар  
2017

## **1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

**Цели:** освоения дисциплины: предоставить обучающимся необходимые знания для эффективного формирования, поддержки и управления репутацией, в том числе онлайн.

### **Задачи:**

1. познакомить обучающихся с предпосылками возникновения репутационного менеджмента в системе коммуникационного менеджмента;
2. прояснить различия между имиджем и репутацией;
3. развить умение построения коммуникационного поля и потоков компании;
4. развить умение самостоятельно выбирать эффективную стратегию управления корпоративной репутацией;
5. сформировать навык мониторинга коммуникационного окружения компании.
6. изучить основные направления деятельности в Интернете;
7. изучить основные виды площадок;
8. сформировать навык самостоятельной работы на Интернет-площадках;
9. развить умение выделять целевые аудитории и использовать каналы выхода на целевые аудитории;
10. изучить особенности корпоративного сайта;
11. развить умение самостоятельно выстраивать стратегию работы в Интернете.

## **2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО**

Дисциплина «Репутационный менеджмент» относится к дисциплинам по выбору вариативной части. Данная дисциплина опирается на знания, умения и навыки, приобретенные обучающимися в ходе изучения таких дисциплин, как: «Основы маркетинга и менеджмента», «связи с общественностью арт-бизнесе», «Исследования в арт-бизнесе», «Основы арт-бизнеса», «Информационные системы и технологии», «Методология креатива в арт-бизнесе», «Имиджевые технологии в арт-бизнесе», «Технологии арт-менеджмента». Знания полученные обучающимися по дисциплине «Репутационный менеджмент» является основанием для изучения следующих учебных дисциплин: «Интегрированные коммуникации», «Технологии услуг продвижения культуры и искусства», Краудфандинг и фандрайзинг в арт-бизнесе», «Реклама в арт-бизнесе», «Эвент-технологии в арт-бизнесе», «Креативная деятельность в арт-бизнесе», «Брендинг в арт-бизнесе», «Брендинг в сфере культуры и искусства».

Программа адаптирована для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья.

### **3. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ СОДЕРЖАНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО по данному направлению подготовки:

**а) общепрофессиональных компетенций (ОПК):**

способность анализировать основные контексты социального взаимодействия (ОПК-2);

**б) профессиональных компетенций (ПК):**

- способность применять полученные знания в области искусств и гуманитарных наук в собственной научно-исследовательской деятельности (ПК-3);

- способность разрабатывать и реализовывать проекты различного типа в образовательных организациях и культурно-просветительских учреждениях, в социально-педагогической, гуманитарно-организационной, книгоиздательской, массмедийной и коммуникативной сферах (ПК-9).

В результате освоения дисциплины обучающиеся должны:

**Знать:**

- социальные, экономические и политические причины возникновения и развития связей с общественностью как профессии и отрасли бизнеса;
- основные экспертные площадки;
- особенности процесса влияния деятельности служб связей с общественностью на общественное мнение и на формирование репутации;
- каналы выхода на различные аудитории при формировании репутации: СМИ, мероприятия и акции, документы;
- стратегию и тактику управления репутацией;
- стратегию и тактику использования СМИ при управлении репутацией;
- основные виды репутационных ресурсов в связях с общественностью;
- предпосылки возникновения репутационного менеджмента;
- отличие репутации от имиджа;
- особенности персональной и корпоративной репутации;
- основные стратегии построения и защиты репутации;
- особенности формирования репутации в отличие от имиджа;

### **Уметь:**

- планировать рабочие репутационные мероприятия;
- работать с информационными и репутационными корпоративными документами;
- проводить исследования в области персональной и корпоративной репутации;
- разрабатывать коммуникационные и информационные кампании в СМК, медиа-программы;
- применять на практике профессиональные стандарты во взаимоотношениях со средствами массовой коммуникации;
- оценивать условия и эффективность коммуникации;
- выстраивать коммуникационное поле и потоки компании;
- самостоятельно выбирать эффективную стратегию управления персональной и корпоративной репутацией;

### **Владеть:**

- основными понятиями и концептами репутационного менеджмента;
- основными технологиями репутационного менеджмента;
- основами методологии и методики аналитической деятельности в сфере репутационного менеджмента.

**Приобрести опыт деятельности:** в области персонального и корпоративного менеджмента в сфере арт-бизнеса.

## **4. ОБЪЕМ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

Общая трудоемкость дисциплины составляет 6 зачетных единиц (360 часов). Дисциплина реализуется в 5 семестре. Форма промежуточной аттестации - экзамен в 5 семестре.