



## Силабус курсу Репутаційний менеджмент

Ступінь вищої освіти – бакалавр  
Спеціальність 281 «Публічне управління та адміністрування»

Освітньо-професійна програма – «Публічне управління та адміністрування»

Дні занять:  
Консультації:

Рік навчання: 3  
Семестр: 6

Кількість кредитів: 5  
Мова викладання: українська

### Керівник курсу

канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри менеджменту, публічного управління та персоналу

**Прохоровська Світлана Анатоліївна**

Контактна інформація [s.a.prohorovska@wunu.edu.ua](mailto:s.a.prohorovska@wunu.edu.ua)+380985745369

### Опис дисципліни

Дисципліна «Репутаційний менеджмент», спрямована на формування у студентів ґрунтовних знань та практичних навичок з теорії та практики репутаційного менеджменту, особливостей формування, розвитку та впровадження репутаційного менеджменту як складної системи керування.

Основними результатами навчання після вивчення курсу «Репутаційний менеджмент» мають бути сформовані фахові компетенції, які дадуть студентам знання та вміння для розв'язання численних практичних завдань, а саме вміння:

- користуватися прийомами, методами і технологіями створення і підтримки привабливого зовнішнього і внутрішнього іміджу організації;
- володіти механізмами впливу імідж-образу на масову свідомість;
- використовувати сучасну методологію оцінки та вимірювання корпоративної та державної репутації;
- проводити репутаційний аудит;
- розробляти репутаційну платформу;
- проводити систематичний моніторинг репутації;
- добирати, систематизувати й аналізувати інформацію з проблем репутаційного капіталу сучасних компаній та держав на міжнародній арені;
- аналізувати репутаційні стратегії компанії;
- використовувати технології репутаційного менеджменту на всіх етапах дослідження та формування корпоративної та особистої репутації.

## Структура курсу

№ з/п	Тема	Результати навчання	Завдання
1.	Тема 1. Репутація, як об'єкт управління та важливий нематеріальний актив в системі сучасних економічних відносин. «Стейкхолдери» як особлива категорія сучасного репутаційного менеджменту.	<i>З'ясувати місце репутації як складової сучасного бізнес-середовища, визначити основні групи стейкхолдерів в корпоративному репутаційному менеджменті.</i>	Тестові завдання, презентації поточне опитування
2.	Тема 2. Репутація - складова стратегії розвитку організації.	<i>Засвоїти основні переваги репутаційної стратегії для компанії, з'ясувати роль репутації як компоненти гудвілу ("goodwill") і стратегічного активу організації.</i>	Тестові завдання, презентації поточне опитування
3.	Тема 3. Створення інформаційної основи ділової репутації.	<i>Вивчити сутність, зміст і значення джерел інформації у формуванні ділової репутації.</i>	Тестові завдання, презентації
4.	Тема 4. Технології управління діловою репутацією керівника	<i>З'ясувати вплив репутації органів управління компанією (топ-менеджменту, ради директорів) на загальну оцінку її репутації</i>	Поточне опитування презентації
5.	Тема 5 Корпоративна соціальна відповідальність у формуванні кар'єри організації	<i>З'ясувати роль та значення корпоративної соціальної відповідальності у формуванні репутації організації</i>	Тестові завдання, презентації поточне опитування
6.	Тема 6. Управління онлайн-репутацією	<i>З'ясувати значення ЗМІ та PR- технологій у формуванні ділової репутації та вміти ними керувати.</i>	Тестові завдання, презентації
7.	Тема 7. Антикризові комунікації, як інструмент захисту ділової репутації	<i>Вивчити види криз та особливості використання комунікацій при кожній з них, засвоїти технології роботи PR служби в умовах кризи.</i>	Поточне опитування презентації
8.	Тема 8. Інструменти репутаційного менеджменту в сфері державного управління.	<i>Вивчити суть та призначення репутаційного менеджменту для органів державної влади та місцевого самоврядування.</i>	Тестові завдання, презентації
9.	Тема 9. Юридичний супровід ділової репутації	<i>Засвоїти особливості вітчизняного законодавства у сфері захисту та збереження репутації особи та компанії.</i>	Поточне опитування презентації

10.	Тема 10. Репутаційний моніторинг.	З'ясувати суть і завдання моніторингу у сфері репутаційного менеджменту.	Тестові завдання, презентації
-----	-----------------------------------	--	-------------------------------

### Літературні джерела

1. Берницька Д.І., Кравчук Н.О. Ділова репутація як стратегічний чинник розвитку підприємства. *Інноваційна економіка* Всеукраїнський науково-виробничий журнал. URL: <http://dspace.wunu.edu.ua/bitstream/pdf>
2. Васильконова Е. О. Теоретичне бачення змісту поняття «репутація підприємства». *Торгівля і ринок України : зб. наук. праць Донецьк. нац. ун-ту економіки і торгівлі імені Михайла ТуганБарановського*. 2013. Вип. 36. С. 102–110.
3. Громова О. В., Бічева Є. В. Методологічні основи формування системи репутаційного менеджменту підприємства. *Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво*. 2019. № 3(108). С. 95-99. URL: <http://lib.kart.edu.ua/handle/123456789/4609>
4. Дерев'янюк О. Г. Ознаки та функції репутації як об'єкта репутаційного менеджменту URL:[http://www.agrosvit.info/pdf/19\\_2012/4.pdf](http://www.agrosvit.info/pdf/19_2012/4.pdf)
5. Дуброва О. С. Ділова репутація підприємства: практичні аспекти управління. *Економіка та держава*. URL: [http://www.economy.in.ua/pdf/12\\_2009/13.pdf](http://www.economy.in.ua/pdf/12_2009/13.pdf)
6. Завербний А. С. Проблеми та перспективи застосування репутаційного менеджменту українськими підприємствами за умов зовнішньоекономічної діяльності. *Інфраструктура ринку*. 2020. Вип. 41. С. 80–86. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/ifrctr\\_2020\\_41\\_15](http://nbuv.gov.ua/UJRN/ifrctr_2020_41_15).
7. Мізік Ю. І., Конопліна О. О. Стратегічний моніторинг як інструмент управління діловою репутацією підприємств водопостачання та водовідведення. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. URL:[http://www.visnyk-econom.uzhnu.uz.ua/archive/22\\_2\\_2018ua/28.pdf](http://www.visnyk-econom.uzhnu.uz.ua/archive/22_2_2018ua/28.pdf)
8. Міцура О.О., Хижняк М.О. Управління онлайн-репутацією: теоретичні засади та методичні підходи. *Маркетинг і менеджмент інновацій*, 2012 № 4. URL: <http://mmi.fem.sumdu.edu.ua/> 126
9. Прохоровська С.А. Роль комунікацій в управлінні брендом роботодавця. *Регіональні аспекти розвитку продуктивних сил України*. [наук. журнал]. Тернопіль.: Економічна думка, 2015. Вип. 20. С. 87– 91
10. Прохоровська С.А. Управління корпоративним іміджем компанії / зб. тез доповідей учасників ІХ Міжнародної науково-практичної конференції «Розвиток індустрії гостинності та між народного бізнесу: сучасний стан і перспективи / Тернопіль 22 травня 2020 р. Т.: ТНЕУ, 2020. 224 с ( С. 200-202)
11. Прохоровська С.А. Формування іміджу організації *Актуальні проблеми менеджменту в умовах інноваційного розвитку економіки* : зб. тез доповідей учасників Всеукраїнської науково-практичної конференції з міжнародною участю (17 квітня 2020р.). Т.: ТНЕУ, 2020. С. 154- 158. URL: <http://dspace.wunu.edu.ua/handle/316497/38661>
12. Сальнікова Л.С. Репутаційний менеджмент. Підручник URL: [https://stud.com.ua/11314/menedzhment/reputatsiyniy\\_menedzhment](https://stud.com.ua/11314/menedzhment/reputatsiyniy_menedzhment)
13. Сучасні PR – технології: навчально-методичний посібник для самостійного вивчення дисципліни / Уклад. А. М. Зленко. Бориспіль: Ризографіка, 2018. 260 с. URL: <https://bit.ly/3FXhhDY>
14. Хавкіна Л. М. Іміджелогія: навчально-методичний посібник. Х.: ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2013. 64 с.
15. Цимбалюк С.О. Управління брендом роботодавця: навч.посіб. К.: КНЕУ, 2016. 256 с.
16. Шкільняк М.М. Корпоративне управління: навч.посіб. Тернопіль. Крок, 2014. 293 с.
17. Шкроміда В. В. Дискусійні аспекти впровадження репутаційного менеджменту / В. В. Шкроміда // Журнал Прикарпатського університету імені Василя Стефаника. 2020. Т. 7. № 3. С. 60-67. URL: <http://lib.pnu.edu.ua:8080/handle/123456789/9433>
18. Шкроміда В. В. Способи формування репутації компанії у контексті поставлених завдань репутаційного менеджменту. *Економічний простір*, (164) С. 134-138. URL: <https://doi.org/10.32782/2224-6282/164-22>

19. Шупта І. М., Воронько-Невіднича Т. В. Репутаційний менеджмент – важлива складова управлінської стратегії на шляху до успіху в діяльності підприємства *Вісник Сумського національного аграрного університету*. Серія економіка і менеджмент, Вип. 6 (72), 2017. С. 27-32.
20. Чирва Ю. Ю., Завербний А. С. Особливості формування системи репутаційного менеджменту в умовах розвитку інтернет-технологій. *Менеджмент та підприємництво в Україні : етапи становлення та проблеми розвитку* № 2 (8), 2022. С.121-126. URL: <https://science.lpnu.ua/uk/smeu/vsi-vypusky/vypusk-4-nomer-2-2022/osoblyvosti-formuvannya-systemy-reputaciynogo-menedzhmentu-v>
21. Bromley D.B. Psychological aspects of corporate identity, image, and reputation. *Corporate Reputation Review*. 2000. Vol. 3. № 3. P. 240–252.
22. Dewar C., Keller S., Sneader K., Strovink K. (2020) The CEO moment: Leadership for a new era. *McKinsey Quarterly*. Available at: <https://www.mckinsey.com/featured-insights/corporate-purpose> .
23. Carreras E. *Corporate Reputation* / E.Carreras, A. Alloza, A. Carreras. London : LID Publishing Ltd., 2013. 501 p.
24. Gaines Leslie Ross *Corporate Reputation 12 Steps to Safeguarding and Recovering Reputation*. 2008. 208 p.
25. Fombrun C. J. *Reputation: Realizing Value from Corporate Image*. / C. J. Fombrun – Harvard Business School Press. 1996. 456 p.
26. Fombrun Ch. *Essentials of Corporate Communication: Implement-ing Practices for Effective Reputation Management* / Ch. Fombrun, C. Van Riel. New York : Routledge, 2007. 306 p.

### Політика оцінювання

- **Політика щодо деделайнів та перескладання:** Перескладання модулів відбувається із дозволу деканату за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний).
- **Політика щодо академічної доброчесності:** Використання друкованих і електронних джерел інформації під час контрольних заходів та екзаменів заборонено.
- **Політика щодо відвідування:** Відвідування занять є обов'язковим компонентом оцінювання, за яке нараховуються бали. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, міжнародне стажування) навчання може відбуватись в он-лайн формі за погодженням із керівником курсу.

### Оцінювання

Підсумковий бал (за 100-бальною шкалою) з дисципліни «Репутаційний менеджмент» визначається як середньозважена величина, залежно від питомої ваги кожної складової залікового кредиту:

Заліковий модуль 1	Заліковий модуль 2	Заліковий модуль 3
30 %	40 %	30 %
1. Опитування (тестування) під час занять (Теми 1-5 по 10 балів) – мах 50 балів. 2. Письмова робота – мах 50 балів.	1. Опитування (тестування) під час занять (Теми 6-10 по 10 балів) – мах 50 балів. 2. Письмова робота – мах 50 балів.	1. Участь у тренінгу – мах 20 балів. 2. Підготовка КПЗ – мах 50 балів. 3. Захист КПЗ – мах 30 балів.

Шкала оцінювання студентів:

<b>ECTS</b>	<b>Бали</b>	<b>Зміст</b>
A	90-100	відмінно
B	85-89	добре
C	75-84	добре
D	65-74	задовільно
E	60-64	достатньо
FX	35-59	незадовільно з можливістю повторного складання
F	1-34	незадовільно з обов'язковим повторним курсом