



Силабус курсу Репутаційний менеджмент

Ступінь вищої освіти – магістр
Спеціальність – 073 Менеджмент
Освітньо-професійна програма «Управління персоналом»

Рік навчання: I, Семестр: II

Кількість кредитів: 4
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+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.

Мета навчальної дисципліни «Репутаційний менеджмент»: надання студентам ґрунтовних знань та практичних навичок з теорії та практики репутаційного менеджменту, особливостей формування, розвитку та впровадження репутаційного менеджменту як складної системи управління.

Основні завдання дисципліни полягають у вивченні теоретико-практичних положень вітчизняного і зарубіжного досвіду репутаційного менеджменту. Для досягнення мети поставлені такі основні завдання:

- вивчення особливостей виникнення та функціонування репутаційного менеджменту;
- вивчення основних понять репутації, іміджу та соціальної відповідальності;
- ознайомлення студентів з основами формування репутації;
- розвиток вміння самостійно обирати стратегію управління діловою репутацією;
- розвиток вміння проводити репутаційний, інформаційний та комунікаційний аудит;
- формування вміння використовувати основні технології управління діловою репутацією керівника;
- формування вміння використовувати репутаційні та іміджеві технології;
- використання методів розрахунку гудвілу;
- розвиток вміння управляти репутаційними ризиками;
- набуття теоретичних знань і практичних навичок щодо захисту репутації.

Структура курсу

Години (лек./практи.)	Тема	Результати навчання	Завдання
2/2	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, визначати основні групи стейкхолдерів в корпоративному репутаційному менеджменті.</i>	Тестові завдання, презентації поточне опитування
2/2	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
4/1	Тема 3. Створення інформаційної основи ділової репутації.	<i>Вивчити сутність, зміст і значення джерел інформації у формуванні ділової репутації.</i>	Тестові завдання, презентації
4/1	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
4/2	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
4/2	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
4/2	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
2/1	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
2/1	Тема 9. Юридичний супровід ділової репутації	<i>Засвоїти особливості вітчизняного законодавства у сфері захисту та збереження репутації особи та компанії.</i>	Поточне опитування 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'яноко О. Г. Ознаки та функції репутації як об'єкта репутаційного менеджменту URL: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
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.
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
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 міжнародного 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/reputatsiyiny_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. Іміджологія: 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 дедлайнів та перескладання:** Для виконання індивідуальних завдань і проведення контрольних заходів встановлюються конкретні терміни. Перескладання модулів відбувається з дозволу дирекції факультету (інституту) 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 об'єктивних причин (наприклад, карантин, воєнний стан, хвороба, закордонне стажування) навчання може відбуватись в онлайн формі за погодженням із керівником курсу.

Оцінювання

Остаточна оцінка за курс розраховується наступним чином:

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

Шкала оцінювання студентів:

ECTS	Бали	Зміст
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