

Документ подписан простой электронной подписью
 Информация о владельце:
 ФИО: Белгородский Валерий Савельевич
 Должность: Ректор
 Дата подписания: 19.06.2025 17:55:43
 Уникальный программный ключ:
 8df276ee93e17c18e7bee9e7cad2d0ed9ab82473

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Репутационный менеджмент

Уровень образования	Бакалавриат
Направление подготовки	38.03.02 Менеджмент
Профиль	Маркетинг и бренд-менеджмент
Срок освоения образовательной программы по очной форме обучения	4 года
Форма обучения	Очная

Учебная дисциплина «Репутационный менеджмент» изучается на четвертом курсе в восьмом семестре.

Курсовая работа – не предусмотрена

1.1. Форма промежуточной аттестации

восьмой семестр - зачет с оценкой

1.2. Место учебной дисциплины в структуре ОПОП

Учебная дисциплина «Репутационный менеджмент» относится к части программы, формируемой участниками образовательных отношений.

1.3. Цели и планируемые результаты обучения по дисциплине

Целями изучения дисциплины «Репутационный менеджмент» являются:

- получение теоретических знаний и формирование навыков научно-теоретического подхода к решению задач профессиональной направленности и практического их использования в дальнейшей профессиональной деятельности;

- формирование у обучающихся компетенции(-й), установленной(-ых) образовательной программой в соответствии с ФГОС ВО по данной дисциплине;

Результатом обучения по учебной дисциплине является овладение обучающимися знаниями, умениями, навыками и опытом деятельности, характеризующими процесс формирования компетенции(й) и обеспечивающими достижение планируемых результатов освоения учебной дисциплины.

Формируемые компетенции и индикаторы достижения компетенций:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ПК-2. Способен определять подходящие инструменты комплекса маркетинга и бренд-менеджмента и применять их для управления брендом в процедурах реализации управленческих задач	ИД-ПК-2.2 Измерение имиджа бренда и организация взаимоотношений с потребителями.	- определяет особенности процесса осуществления стратегического анализа для проведения анализа взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений
	ИД-ПК-2.3 Планирование маркетинговой деятельности, относящейся к определенному бренду	- знает основы планирования маркетинговой деятельности, относящейся к определенному бренду

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
		- анализирует инструменты комплекса репутационного менеджмента и бренд-менеджмента и применяет их для управления брендом в процедурах реализации управленческих задач
ПК-4 Способен реализовывать маркетинговые программы с использованием инструментария бренд-менеджмента и маркетинга, направленного на формирование программ лояльности потребителей	ИД-ПК-4.1 Реализация программ и проектов, направленных на формирование и поддержание желаемого образа бренда	- умеет принимать обоснованные управленческие решения в организации мероприятий по формированию репутационного менеджмента - учитывает на практике факторы и условия для осуществления стратегического анализа взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений по созданию новых брендов - владеет знаниями брендинга для выбора оптимальных способов реализации мероприятий по формированию репутации бренда с представлением вероятных последствий принятия управленческих решений

Общая трудоёмкость учебной дисциплины по учебному плану составляет:

по очной форме обучения –	5	з.е.	160	час.
по очно-заочной форме обучения –		з.е.		час.
по заочной форме обучения –		з.е.		час.