

Министерство науки и высшего образования РФ  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования  
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

Б1.В.ДВ.08.01 Управление репутацией бизнеса в  
цифровой среде

наименование дисциплины (модуля) в соответствии с учебным планом

Направление подготовки / специальность

38.03.06 ТОРГОВОЕ ДЕЛО

Направленность (профиль)

38.03.06.02 Маркетинг в торговой деятельности

Форма обучения

очная

Год набора

2020

## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Программу составили \_\_\_\_\_

Ст.преп., Веремеенко О.С.

\_\_\_\_\_  
должность, инициалы, фамилия

## 1 Цели и задачи изучения дисциплины

### 1.1 Цель преподавания дисциплины

сформировать представление о сущности формирования репутации имиджа компании, как универсальной

деятельности по изучению и проектированию репутационной политики, а также ознакомить студентов с современными репутационными технологиями в цифровой среде и дать навыки использования коммуникационных средств и коммуникативных приемов в корпоративном репутационном PR

### 1.2 Задачи изучения дисциплины

- изучить объект и предмет, основные принципы и функции;
- показать многообразие видов современного репутационного управления, отразить их специфику;
- проводить репутационный аудит организации;
- освоить практические навыки формирования рекламных и PR-программ формирования репутации бизнеса;
- запускать и обеспечивать сопровождение стратегии управления, продвижения или корректировки репутации организации;
- управлять репутацией первого лица организации;
- формировать репутацию бизнеса в цифровой среде

### 1.3 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Запланированные результаты обучения по дисциплине
<b>ДПК-3: готовностью к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка</b>	
ДПК-3: готовностью к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка	Маркетинговые коммуникации и технологии для выявления и удовлетворения потребностей покупателей товаров Анализировать маркетинговую информацию, собранную в цифровой среде Методами сбора информации о конъюнктуре рынка и потребностей покупателей в цифровой бизнес среде
<b>ОПК-1: способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности</b>	

ОПК-1: способностью решать стандартные задачи профессиональной	Основные требования к информационной безопасности в цифровой бизнес среде Решать задачи управления репутацией бизнеса с
деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности	применением информационно-коммуникационных технологий в цифровой среде Основами управления репутацией бизнеса в цифровой среде
<b>ПК-11: способностью участвовать в разработке инновационных методов, средств и технологий в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной)</b>	
ПК-11: способностью участвовать в разработке инновационных методов, средств и технологий в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной)	Методы управления репутацией бизнеса в цифровой среде Применять методы управления репутацией бизнеса в цифровой среде в области профессиональной деятельности Инновационными методами, средствами и технологиями в области управления репутацией бизнеса в цифровой среде
<b>ПК-8: готовностью обеспечивать необходимый уровень качества торгового обслуживания</b>	
ПК-8: готовностью обеспечивать необходимый уровень качества торгового обслуживания	Параметры оценки качества торгового обслуживания Обеспечивать необходимый уровень качества торгового обслуживания Методами оценки уровня качества торгового обслуживания для управления репутацией бизнеса в цифровой среде

#### **1.4 Особенности реализации дисциплины**

Язык реализации дисциплины: Русский.

Дисциплина (модуль) реализуется без применения ЭО и ДОТ.

## 2. Объем дисциплины (модуля)

Вид учебной работы	Всего, зачетных единиц (акад. час)	е
		1
<b>Контактная работа с преподавателем:</b>	<b>1,44 (52)</b>	
занятия лекционного типа	0,5 (18)	
лабораторные работы	0,94 (34)	
<b>Самостоятельная работа обучающихся:</b>	<b>1,56 (56)</b>	
курсовое проектирование (КП)	Нет	
курсовая работа (КР)	Нет	

### 3 Содержание дисциплины (модуля)

#### 3.1 Разделы дисциплины и виды занятий (тематический план занятий)

		Контактная работа, ак. час.							
№ п/п	Модули, темы (разделы) дисциплины	Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа				Самостоятельная работа, ак. час.	
				Семинары и/или Практические занятия		Лабораторные работы и/или Практикумы			
		Всего	В том числе в ЭИОС	Всего	В том числе в ЭИОС	Всего	В том числе в ЭИОС	Всего	В том числе в ЭИОС
<b>1.</b>									
	1. Основные проблемы репутационного управления	4							
	2. Основные проблемы репутационного управления					8			
	3. Основные проблемы репутационного управления							12	
	4. Корпоративная культура как основа формирования имиджа и репутации	4							

5. Корпоративная культура как основа формирования имиджа и репутации					8			
6. Корпоративная культура как основа формирования имиджа и репутации							12	
7. Методы управления репутацией и ее изменения в цифровой среде	4							
8. Методы управления репутацией и ее изменения в цифровой среде					6			
9. Методы управления репутацией и ее изменения в цифровой среде							12	
10. Стратегия управления цифровой репутацией	4							
11. Стратегия управления цифровой репутацией					6			
12. Стратегия управления цифровой репутацией							12	
13. Платформенные цифровые решения	2							
14. Платформенные цифровые решения					6			
15. Платформенные цифровые решения							8	
Всего	18				34		56	

## **4 Учебно-методическое обеспечение дисциплины**

### **4.1 Печатные и электронные издания:**

1. Козлова Н. П. Особенности формирования деловой репутации современной компании(Москва: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К").
2. Чумиков А. Н. Реклама и связи с общественностью. Имидж, репутация, бренд: учеб. пособие(Москва: Аспект Пресс).
3. Шарков Ф. И. Константы гудвилла: стиль, паблисити, репутация, имидж и бренд фирмы: Учебное пособие(Москва: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К").

### **4.2 Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства (программное обеспечение, на которое университет имеет лицензию, а также свободно распространяемое программное обеспечение):**

1. Microsoft® Windows® Vista Business Russian Upgrade Academic OPEN No Level(Microsoft® Windows® XP) Лицсертификат 45676576 от 02.07.2009, бессрочный;
2. Microsoft® Office Professional Plus 2007 Russian Academic OPEN No Level Лицсертификат 43164214 от 06.12.2007, бессрочный;
3. ESET NOD32 Antivirus Business Edition for 2750 users Лицсертификат EAV-0189835462 от 10.04.2017;
4. Kaspersky Endpoint Security для рабочих станций и файловых сервисов. Лицсертификат 1808-000451-57691024 от 23.08.2021. Средство антивирусной защиты

### **4.3 Интернет-ресурсы, включая профессиональные базы данных и информационные справочные системы:**

1. Справочно-правовые системы «Консультант плюс», «Гарант».
2. Обучающимся обеспечен доступ к профессиональным базам данных и информационным справочным системам, электронно-библиотечным системам:
3. Библиотека учебной и научной литературы: <http://www.i-u.ru/biblio>
4. Научная электронная библиотека (eLIBRARY.RU): <http://elibrary.ru>
5. ЭБ Издательского дома «Гребенников»: <http://grebennikon.ru>
6. Электронно-библиотечная система "ИНФРА-М": <http://www.znanium.com>
7. Электронно-библиотечная система «Лань»: <http://e.lanbook.com>
8. Электронный каталог библиотеки ТЭИ СФУ: <http://elcat.kgtei.ru:82/>
9. Электронный каталог НБ СФУ

## **5 Фонд оценочных средств**

Оценочные средства находятся в приложении к рабочим программам дисциплин.

## **6 Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)**

Кафедра располагает материально-технической базой, обеспечивающей проведение всех видов дисциплинарной и междисциплинарной подготовки, практической и научно-исследовательской работы бакалавров, предусмотренных учебным планом подготовки и соответствующей действующим санитарным и противопожарным правилам и нормам.

В учебном процессе по дисциплине для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации используются учебные аудитории в соответствии с расписанием занятий.

Для проведения занятий лекционного типа используются наборы демонстрационного оборудования (ноутбук, экран, проектор) и учебно-наглядные пособия, обеспечивающие тематические иллюстрации, соответствующие рабочей программе дисциплины. Специальные помещения укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Помещения для самостоятельной работы студентов оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступа в электронную информационно-образовательную среду университета (ЭИОС).