

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
СТАВРОПОЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ**

УТВЕРЖДАЮ

Директор/Декан
института экономики, финансов и
управления в АПК
Гунько Юлия Александровна

«__» _____ 20__ г.

Рабочая программа дисциплины

Б1.В.ДВ.02.01 Имидж, репутация и PR

38.04.02 Менеджмент

Управление HR-сферой и развитием бизнеса

магистр

очная

1. Цель дисциплины

Целью изучения дисциплины Имидж, репутация и PR является формирование системного понимания процессов построения и управления позитивным имиджем и деловой репутацией организации. В результате осваиваются инструменты PR для их эффективного укрепления и защиты в условиях современной медиасреды.

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций ОП ВО и овладение следующими результатами обучения по дисциплине:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
ПК-2 Стратегическое управления человеческими ресурсами	ПК-2.1 Формирует планы и мероприятия по управлению человеческими ресурсами	знает Методы и технологии построения корпоративного имиджа и репутации, а также инструменты внутреннего PR для повышения лояльности и эффективности персонала. умеет Разрабатывать планы и конкретные мероприятия по формированию внутреннего имиджа компании и управлению репутацией работодателя для привлечения и удержания ключевых специалистов. владеет навыками Навыками планирования PR-кампаний, направленных на работу с человеческими ресурсами, включая оценку их эффективности для достижения стратегических целей организации.

3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Имидж, репутация и PR» является дисциплиной части, формируемой участниками образовательных отношений программы.

Изучение дисциплины осуществляется в 2семестре(-ах).

Для освоения дисциплины «Имидж, репутация и PR» студенты используют знания, умения и навыки, сформированные в процессе изучения дисциплин:

Ознакомительная практика

Управление бизнес-процессами в организации

Правовая среда бизнеса

Освоение дисциплины «Имидж, репутация и PR» является необходимой основой для последующего изучения следующих дисциплин:

Преддипломная практика

Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена

Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы

Исследование систем управления и разработка управленческих решений

Управление эффективностью и вознаграждением труда

Документационное обеспечение управления и кадровое делопроизводство на базе 1С

Диагностика и оценка управления человеческими ресурсами

Система электронного документооборота

4. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу с обучающимися с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Общая трудоемкость дисциплины «Имидж, репутация и PR» в соответствии с рабочим учебным планом и ее распределение по видам работ представлены ниже.

Семестр	Трудоемкость час/з.е.	Контактная работа с преподавателем, час			Самостоятельная работа, час	Контроль, час	Форма промежуточной аттестации (форма контроля)
		лекции	практические занятия	лабораторные занятия			
2	72/2	10	12		50		За
в т.ч. часов: в интерактивной форме		2	4				
практической подготовки		10	12		50		

Семестр	Трудоемкость час/з.е.	Внеаудиторная контактная работа с преподавателем, час/чел					
		Курсовая работа	Курсовой проект	Зачет	Дифференцированный зачет	Консультации перед экзаменом	Экзамен
2	72/2			0.12			

5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием ответственного на них количества академических часов и видов учебных занятий

№	Наименование раздела/темы	Семестр	Количество часов					Формы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации	Оценочное средство проверки результатов достижения индикаторов компетенций	Код индикаторов достижения компетенций
			всего	Лекции	Семинарские занятия		Самостоятельная работа			
					Практические	Лабораторные				
1.	1 раздел. Имидж репутация и PR									
1.1.	Корпоративный имидж и репутация как конкурентное преимущество	2	4	2	2		10		Собеседование, Практико-ориентированные задачи и ситуационные задачи, Реферат	ПК-2.1
1.2.	Внутренний PR и корпоративная культура как основа имиджа	2	4	2	2		10		Собеседование, Практико-ориентированные задачи и ситуационные задачи, Реферат	ПК-2.1
1.3.	Формирование и продвижение бренда работодателя	2	4	2	2		10		Собеседование, Практико-ориентированные задачи и ситуационные задачи, Реферат	ПК-2.1

1.4.	Управление репутацией в кризисных ситуациях	2	4	2	2		10		Собеседование, Практико-ориентированные задачи и ситуационные задачи, Реферат	ПК-2.1
1.5.	Планирование и оценка эффективности PR-деятельности в управлении человеческими ресурсами	2	4	2	2		10		Собеседование, Практико-ориентированные задачи и ситуационные задачи, Реферат	ПК-2.1
1.6.	Контрольная точка	2	2		2			КТ 1	Контрольная работа	ПК-2.1
	Промежуточная аттестация	За								
	Итого		72	10	12		50			
	Итого		72	10	12		50			

5.1. Лекционный курс с указанием видов интерактивной формы проведения занятий

Тема лекции (и/или наименование раздел) (вид интерактивной формы проведения занятий)/ (практическая подготовка)	Содержание темы (и/или раздела)	Всего, часов / часов интерактивных занятий/ практическая подготовка
Корпоративный имидж и репутация как конкурентное преимущество	Взаимосвязь имиджа, репутации и управления HR Роль HR-специалиста в формировании корпоративного имиджа	2/-
Внутренний PR и корпоративная культура как основа имиджа	Внутренний PR: цели и задачи Каналы внутренних коммуникаций Корпоративная культура и ее трансляция Процедуры и политики как часть репутации	2/2
Формирование и продвижение бренда работодателя	Разработка HR-бренда Целевые аудитории бренда работодателя Инструменты продвижения Измерение эффективности бренда работодателя	2/-
Управление репутацией в кризисных ситуациях	Типы кризисов, затрагивающих HR Проактивные и реактивные стратегии Принципы коммуникации с сотрудниками во время кризиса Роль линейных менеджеров и руководителей	2/-
Планирование и оценка эффективности PR-деятельности в управлении человеческими ресурсами	Структура PR-плана для HR Ключевые показатели эффективности (KPI) для HR-Интеграция HR-PR в общую стратегию компаниикоммуникаций	2/-
Итого		10

5.2.1. Семинарские (практические) занятия с указанием видов проведения занятий в интерактивной форме

Наименование раздела дисциплины	Формы проведения и темы занятий (вид интерактивной формы проведения занятий)/(практическая подготовка)	Всего, часов / часов интерактивных занятий/ практическая подготовка	
		вид	часы
Корпоративный имидж и репутация как конкурентное преимущество	Проанализируйте имидж и репутацию компании X на основе отзывов сотрудников и публичных данных, выделив ключевые проблемы и преимущества.	Пр	2/-/2
Внутренний PR и корпоративная культура как основа имиджа	Разработайте план внутреннего PR-мероприятия, направленного на укрепление корпоративной культуры и командного духа в вашей учебной группе (или виртуальной компании).	Пр	2/-/2
Формирование и продвижение бренда работодателя	Сформулируйте ценностное предложение работодателя (EVP) для IT-специалиста в крупной российской компании, опираясь на её публичные цели и миссию.	Пр	2/2/2
Управление репутацией в кризисных ситуациях	Составьте алгоритм первых действий и ключевое сообщение для сотрудников в ситуации кризиса, связанного с грядущим сокращением штата.	Пр	2/-/2
Планирование и оценка эффективности PR-деятельности в управлении человеческими ресурсами	На основе изученных тем составьте концепцию PR-кампании по привлечению молодых специалистов в компанию Y, определив не менее 3 целевых каналов коммуникации.	Пр	2/2/2
Контрольная точка	Контрольная работа по всем темам	Пр	2/-/2
Итого			

5.3. Курсовой проект (работа) учебным планом не предусмотрен

5.4. Самостоятельная работа обучающегося

Темы и/или виды самостоятельной работы	Часы
Подберите пример компании с сильной и слабой репутацией работодателя и кратко обоснуйте свой выбор, опираясь на публичные данные.	10
Проанализируйте корпоративный аккаунт любой компании в соцсетях и оцените, насколько эффективно он транслирует ценности компании для своих сотрудников.	10

<p>Составьте список из 5 ключевых элементов, которые, по вашему мнению, должны быть обязательно отражены на странице «Карьера» сайта современной компании.</p>	<p>10</p>
<p>Найдите в СМИ пример кризисной ситуации, связанной с персоналом, и проанализируйте, какие действия руководства усилили, а какие ослабили негативный эффект.</p>	<p>10</p>
<p>Предложите 3-4 количественных и качественных показателя, по которым можно оценить эффективность программы рекомендаций сотрудников.</p>	<p>10</p>

6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Учебно-методическое обеспечение для самостоятельной работы обучающегося по дисциплине «Имидж, репутация и PR» размещено в электронной информационно-образовательной среде Университета и доступно для обучающегося через его личный кабинет на сайте Университета. Учебно-методическое обеспечение включает:

1. Рабочую программу дисциплины «Имидж, репутация и PR».
2. Методические рекомендации для организации самостоятельной работы обучающегося по дисциплине «Имидж, репутация и PR».
3. Методические рекомендации по выполнению письменных работ (контрольная работа) (при наличии).
4. Методические рекомендации по выполнению контрольной работы студентами заочной формы обучения (при наличии)
5. Методические указания по выполнению курсовой работы (проекта) (при наличии).

Для успешного освоения дисциплины, необходимо самостоятельно детально изучить представленные темы по рекомендуемым источникам информации:

№ п/п	Темы для самостоятельного изучения	Рекомендуемые источники информации (№ источника)		
		основная (из п.8 РПД)	дополнительная (из п.8 РПД)	метод. лит. (из п.8 РПД)
1	Корпоративный имидж и репутация как конкурентное преимущество. Подберите пример компании с сильной и слабой репутацией работодателя и кратко обоснуйте свой выбор, опираясь на публичные данные.	Л1.1, Л1.2	Л2.1	Л3.1
2	Внутренний PR и корпоративная культура как основа имиджа. Проанализируйте корпоративный аккаунт любой компании в соцсетях и оцените, насколько эффективно он транслирует ценности компании для своих сотрудников.	Л1.1, Л1.2	Л2.1	Л3.1
3	Формирование и продвижение бренда работодателя. Составьте список из 5 ключевых элементов, которые, по вашему мнению, должны быть обязательно отражены на странице «Карьера» сайта современной компании.	Л1.1, Л1.2	Л2.1	Л3.1
4	Управление репутацией в кризисных ситуациях. Найдите в СМИ пример кризисной ситуации, связанной с персоналом, и проанализируйте, какие действия руководства усилили, а какие ослабили негативный эффект.	Л1.1, Л1.2	Л2.1	Л3.1
5	Планирование и оценка эффективности PR-деятельности в управлении человеческими ресурсами. Предложите 3-4 количественных и качественных показателя, по которым можно	Л1.1, Л1.2	Л2.1	Л3.1

оценить эффективность программы рекомендаций сотрудников.			
---	--	--	--

7. Фонд оценочных средств (оценочных материалов) для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине «Имидж, репутация и PR»

7.1. Перечень индикаторов компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Индикатор компетенции (код и содержание)	Дисциплины/элементы программы (практики, ГИА), участвующие в формировании индикатора компетенции	
--	--	--

7.2. Критерии и шкалы оценивания уровня усвоения индикатора компетенций, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности

Оценка знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций по дисциплине «Имидж, репутация и PR» проводится в форме текущего контроля и промежуточной аттестации.

Текущий контроль проводится в течение семестра с целью определения уровня усвоения обучающимися знаний, формирования умений и навыков, своевременного выявления преподавателем недостатков в подготовке обучающихся и принятия необходимых мер по её корректировке, а также для совершенствования методики обучения, организации учебной работы и оказания индивидуальной помощи обучающемуся.

Промежуточная аттестация по дисциплине «Имидж, репутация и PR» проводится в виде Зачет.

За знания, умения и навыки, приобретенные студентами в период их обучения, выставляются оценки «ЗАЧТЕНО», «НЕ ЗАЧТЕНО». (или «ОТЛИЧНО», «ХОРОШО», «УДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО», «НЕУДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО» для дифференцированного зачета/экзамена)

Для оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности в университете применяется балльно-рейтинговая система оценки качества освоения образовательной программы. Оценка проводится при проведении текущего контроля успеваемости и промежуточных аттестаций обучающихся. Рейтинговая оценка знаний является интегрированным показателем качества теоретических и практических знаний и навыков студентов по дисциплине.

Состав балльно-рейтинговой оценки студентов очной формы обучения

Для студентов очной формы обучения знания по осваиваемым компетенциям формируются на лекционных и практических занятиях, а также в процессе самостоятельной подготовки.

В соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки, принятой в Университете студентам начисляются баллы по следующим видам работ:

№ контрольной точки	Оценочное средство результатов индикаторов достижения компетенций		Максимальное количество баллов
2 семестр			
КТ 1	Контрольная работа		30
Сумма баллов по итогам текущего контроля			30
Посещение лекционных занятий			20
Посещение практических/лабораторных занятий			20
Результативность работы на практических/лабораторных занятиях			30
Итого			100
№ контрольной точки	Оценочное средство результатов индикаторов достижений компетенций	Максимальное количество баллов	Критерии оценки знаний студентов
2 семестр			

КТ 1	Контрольная работа	30	Критерии оценки (за 20 тестовых заданий): 10 баллов. Не допущено ошибок. 9 баллов. Допущена 1 ошибка. 8 баллов. Допущено 2 ошибки. 7 баллов. Допущено 3 ошибки. 6 баллов. Допущено 4 ошибки. 5 баллов. Допущено 5 ошибок. 4 баллов. Допущено 6 ошибок. 3 баллов. Допущено 7 ошибок. 2 баллов. Допущено 8 ошибок. 1 баллов. Допущено 9 ошибок. 0 баллов. Допущено более 10 ошибок.
------	--------------------	----	--

Критерии и шкалы оценивания результатов обучения на промежуточной аттестации

При проведении итоговой аттестации «зачет» («дифференцированный зачет», «экзамен») преподавателю с согласия студента разрешается выставлять оценки («отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «зачет») по результатам набранных баллов в ходе текущего контроля успеваемости в семестре по выше приведенной шкале.

В случае отказа – студент сдает зачет (дифференцированный зачет, экзамен) по приведенным выше вопросам и заданиям. Итоговая успеваемость (зачет, дифференцированный зачет, экзамен) не может оцениваться ниже суммы баллов, которую студент набрал по итогам текущей и промежуточной успеваемости.

При сдаче (зачета, дифференцированного зачета, экзамена) к заработанным в течение семестра студентом баллам прибавляются баллы, полученные на (зачете, дифференцированном зачете, экзамене) и сумма баллов переводится в оценку.

Критерии и шкалы оценивания ответа на зачете

По дисциплине «Имидж, репутация и PR» к зачету допускаются студенты, выполнившие и сдавшие практические работы по дисциплине, имеющие ежемесячную аттестацию и без привязке к набранным баллам. Студентам, набравшим более 65 баллов, зачет выставляется по результатам текущей успеваемости, студенты, не набравшие 65 баллов, сдают зачет по вопросам, предусмотренным РПД. Максимальная сумма баллов по промежуточной аттестации (зачету) устанавливается в 15 баллов

Вопрос билета	Количество баллов
Теоретический вопрос	до 5
Задания на проверку умений	до 5
Задания на проверку навыков	до 5

Теоретический вопрос

5 баллов выставляется студенту, полностью освоившему материал дисциплины или курса в соответствии с учебной программой, включая вопросы рассматриваемые в рекомендованной программой дополнительной справочно-нормативной и научно-технической литературы, свободно владеющему основными понятиями дисциплины. Требуется полное понимание и четкость изложения ответов по экзаменационному заданию (билету) и дополнительным вопросам, заданных экзаменатором. Дополнительные вопросы, как правило, должны относиться к материалу дисциплины или курса, не отраженному в основном экзаменационном задании (билете) и выявляют полноту знаний студента по дисциплине.

4 балла заслуживает студент, ответивший полностью и без ошибок на вопросы экзаменационного задания и показавший знания основных понятий дисциплины в соответствии с обязательной программой курса и рекомендованной основной литературой.

3 балла дан недостаточно полный и недостаточно развернутый ответ. Логика и последовательность изложения имеют нарушения. Допущены ошибки в раскрытии понятий, употреблении терминов. Студент не способен самостоятельно выделить существенные и несущественные признаки и причинно-следственные связи. Студент может конкретизировать обобщенные знания, доказав на примерах их основные положения только с помощью

преподавателя. Речевое оформление требует поправок, коррекции.

2 балла дан неполный ответ, представляющий собой разрозненные знания по теме вопроса с существенными ошибками в определениях. Присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения. Студент не осознает связь данного понятия, теории, явления с другими объектами дисциплины. Отсутствуют выводы, конкретизация и доказательность изложения. Речь неграмотная. Дополнительные и уточняющие вопросы преподавателя не приводят к коррекции ответа студента не только на поставленный вопрос, но и на другие вопросы дисциплины.

1 балл дан неполный ответ, представляющий собой разрозненные знания по теме вопроса с существенными ошибками в определениях. Присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения. Студент не осознает связь данного понятия, теории, явления с другими объектами дисциплины. Отсутствуют выводы, конкретизация и доказательность изложения. Речь неграмотная. Дополнительные и уточняющие вопросы преподавателя не приводят к коррекции ответа студента не только на поставленный вопрос, но и на другие вопросы дисциплины.

0 баллов - при полном отсутствии ответа, имеющего отношение к вопросу.

Задания на проверку умений и навыков

5 баллов Задания выполнены в обозначенный преподавателем срок, письменный отчет без замечаний. Работа выполнена в полном объеме с соблюдением необходимой последовательности.

4 балла Задания выполнены в обозначенный преподавателем срок, письменный отчет с небольшими недочетами.

2 баллов Задания выполнены с задержкой, письменный отчет с недочетами. Работа выполнена не полностью, но объем выполненной части таков, что позволяет получить правильные результаты и выводы.

1 баллов Задания выполнены частично, с большим количеством вычислительных ошибок, объем выполненной части работы не позволяет сделать правильных выводов.

0 баллов Задания выполнены, письменный отчет не представлен или работа выполнена не полностью, и объем выполненной части работы не позволяет сделать правильных выводов.

7.3. Примерные оценочные материалы для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины «Имидж, репутация и PR»

Дайте определение понятию «корпоративный имидж».

В чем заключается различие между имиджем и репутацией?

Назовите ключевые элементы структуры корпоративного имиджа.

Что такое «бренд работодателя» (Employer Branding)?

Какова основная цель стратегического PR в современной организации?

Опишите взаимосвязь между корпоративной культурой и внутренним имиджем.

Что такое внутренний PR и каковы его задачи?

Перечислите основные каналы внутренних коммуникаций.

Какова роль HR-специалиста в процессах формирования имиджа и репутации?

Что подразумевается под «ценностным предложением работодателя» (EVP)?

Назовите основные этапы процесса управления деловой репутацией.

Какие виды репутационных рисков вы знаете?

Как внутренний имидж компании влияет на ее внешнюю репутацию?

Что такое «корпоративная идентичность» и из чего она состоит?

Опишите модель коммуникационного процесса при построении имиджа.

Какую роль в формировании имиджа играют линейные менеджеры?

Каковы ключевые компоненты плана по управлению репутацией?

Что такое кризисные коммуникации и каковы их основные принципы?

Перечислите инструменты продвижения бренда работодателя во внешней среде.

Как измерить эффективность программ по внутреннему PR?

Какие качественные методы используются для исследования репутации?

Какие количественные метрики (KPI) используют для оценки бренда работодателя?

Как социальные сети влияют на формирование имиджа компании?

Что такое «амбассадоры бренда» и какова их роль в PR?

Как организовать эффективную систему обратной связи от сотрудников?
В чем особенности построения имиджа в B2B и B2C секторах?
Как управлять имиджем первого лица компании?
Каковы основные стадии жизненного цикла корпоративной репутации?
Что включает в себя аудит репутации компании?
Как противостоять распространению негативной информации и слухов?
Опишите алгоритм действий при возникновении репутационного кризиса.
Как мотивировать сотрудников на участие в продвижении бренда компании?
Каковы этические аспекты деятельности в сфере имиджа и PR?
Как интегрировать HR-стратегию в общую систему корпоративных коммуникаций?
В чем особенности формирования имиджа для государственных организаций?
Как измерить лояльность сотрудников и ее влияние на репутацию?
Каковы современные тренды в области управления репутацией?
Как использовать storytelling во внутренних и внешних коммуникациях?
Что такое «цифровой имидж» и как им управлять?
Как оценить возврат на инвестиции (ROI) от программ по управлению репутацией?

Роль имиджа в формировании корпоративной репутации.

Стратегии PR для улучшения корпоративного имиджа.

Влияние социальных медиа на имидж и репутацию компании.

Этические аспекты формирования имиджа и репутации в PR.

Методы оценки эффективности PR-кампаний по созданию имиджа.

Кризисный PR: как управлять репутацией компании в кризисных ситуациях.

Сравнительный анализ имиджа и репутации: ключевые различия и взаимосвязи.

Роль лидеров мнений в формировании имиджа бренда.

Психологические аспекты восприятия имиджа компании потребителями.

Использование сторителлинга в PR для укрепления имиджа компании.

Влияние корпоративной культуры на имидж и репутацию организации.

Технологии создания позитивного имиджа в digital-пространстве.

Анализ успешных кейсов по формированию имиджа и репутации компаний.

Роль пресс-релизов и медиа-материалов в формировании корпоративного имиджа.

Стратегическое планирование имиджа и репутации в современном бизнесе.

Влияние благотворительности и социальной ответственности на имидж компании.

Имидж и репутация в эпоху информационной войны: вызовы и решения.

Методы защиты репутации компании в условиях информационного давления.

Роль обратной связи с клиентами в формировании корпоративного имиджа.

Интеграция PR и маркетинга для создания сильного бренда.

Тема 1: Корпоративный имидж и репутация как конкурентное преимущество

Вопрос для собеседования: "Как бы вы объяснили разницу между имиджем и репутацией компании будущему сотруднику, и почему ему важно это понимать?"

Тема для реферата: "Влияние репутации работодателя (Employer Brand) на стоимость компании на современном рынке".

Практико-ориентированная ситуация (кейс):

Ситуация: Компания-ритейлер «Вектор» долгое время воспринималась как надежный, но консервативный работодатель. Новый HR-директор хочет изменить этот имидж на "инновационный и ориентированный на развитие сотрудников", чтобы привлекать молодых IT-специалистов.

Задание: Разработайте 3 конкретных шага, которые позволят начать трансформацию внутреннего и внешнего имиджа компании в желаемом направлении.

Тема 2: Внутренний PR и корпоративная культура как основа имиджа

Вопрос для собеседования: "Какие каналы внутренних коммуникаций вы считаете наиболее эффективными для донесения стратегических целей компании до сотрудников и почему?"

Тема для реферата: "Роль внутреннего PR в управлении организационными изменениями (на примере слияния компаний или цифровой трансформации)".

Практико-ориентированная ситуация (кейс):

Ситуация: В компании «Стандарт» после перехода на удаленный формат работы снизилась

сплоченность коллектива, участились конфликты из-за недопонимания.

Задание: Составьте план одного внутреннего PR-мероприятия (реального или онлайн), направленного на восстановление доверия и укрепление корпоративного духа.

Тема 3: Формирование и продвижение бренда работодателя (Employer Branding)

Вопрос для собеседования: "Представьте, что вам нужно за 1 минуту "продать" нашу компанию как отличное место работы талантливому кандидату. Что бы вы выделили в первую очередь?"

Тема для реферата: "Сравнительный анализ ценностного предложения работодателя (EVP) в российских и международных IT-компаниях".

Практико-ориентированная ситуация (кейс):

Ситуация: Стартап «ТехноЛаб» не может конкурировать по зарплате с крупными IT-гигантами, но предлагает интересные проекты и гибкий график.

Задание: Сформулируйте основное сообщение (USP - уникальное торговое предложение) для бренда работодателя «ТехноЛаб» и предложите два нестандартных канала для его продвижения среди целевой аудитории.

Тема 4: Управление репутацией в кризисных ситуациях

Вопрос для собеседования: "В социальных сетях появился гневный пост сотрудника о плохих условиях труда в вашей компании. Каковы будут ваши первые шаги?"

Тема для реферата: "Протоколы коммуникации с сотрудниками как инструмент минимизации репутационных потерь в кризисной ситуации".

Практико-ориентированная ситуация (кейс):

Ситуация: В производственной компании «Прогресс» произошла серьезная авария, временно остановлено производство, в СМИ появляются тревожные новости. Среди сотрудников растет паника и слухи о массовых увольнениях.

Задание: Составьте проект первого официального обращения (пост в интранете / письмо) к сотрудникам от лица генерального директора, которое поможет снизить накал и даст четкие ориентиры.

Тема 5: Планирование и оценка эффективности PR-деятельности в управлении человеческими ресурсами

Вопрос для собеседования: "По каким ключевым метрикам вы бы стали оценивать успешность программы по привлечению молодых специалистов в компанию?"

Тема для реферата: "ROI (возврат на инвестиции) от программ внутреннего PR: методы расчета и доказательство эффективности для руководства".

Практико-ориентированная ситуация (кейс):

Ситуация: Руководство компании «Феникс» сомневается в эффективности отдела HR и PR и требует предоставить четкий план и обоснование бюджета на следующий год.

Задание: Используя модель SMART, сформулируйте 2 цели и 3-4 конкретных тактических действия из области HR-PR на следующий год, результат которых можно будет измерить.

8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

а) Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

основная

Л1.1 Логинова А. К. Имиджология [Электронный ресурс]:учеб. пособие; ВО - Бакалавриат. - Санкт-Петербург: Лань, 2023. - 72 с. – Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/312905>

Л1.2 Логинова А. К. Имиджология [Электронный ресурс]:учеб. пособие; ВО - Бакалавриат. - Санкт-Петербург: Лань, 2024. - 72 с. – Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/359831>

дополнительная

Л2.1 Коршикова М. В., Сахнюк Т. И. Имиджология:метод. указания к практ. занятиям для бакалавров направления 38.03.02 «Менеджмент» ("Упр. человеческими ресурсами"). - Ставрополь: АГРУС, 2017. - 558 КБ

б) Методические материалы, разработанные преподавателями кафедры по дисциплине, в соответствии с профилем ОП.

ЛЗ.1 Шпаковский В. О., Егорова PR-дизайн и PR-продвижение [Электронный ресурс]: Учебное пособие; ВО - Магистратура. - Вологда: Инфра-Инженерия, 2018. - 452 с. – Режим доступа: <http://new.znaniium.com/go.php?id=989613>

9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

№	Наименование ресурса сети «Интернет»	Электронный адрес ресурса
1	ОСНОВЫ ИМИДЖЕЛОГИИ	https://www.promgups.ru/kafedra/wp-content/uploads/2019/04/Osnovy_imidzhelologii-1.pdf
2	ИМИДЖЕЛОГИЯ	https://kpfu.ru/staff_files/F237791356/Imidzhelogiya_praktikum.pdf

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Методические рекомендации по изучению дисциплины

«Имидж, репутация и PR»

1. Цель и структура дисциплины

Дисциплина направлена на формирование системного понимания процессов управления имиджем и репутацией организации, а также освоение инструментов PR для работы с человеческими ресурсами. Курс сочетает теоретические основы (понятийный аппарат, модели) с практикой разработки коммуникационных стратегий. Структура включает 5 ключевых модулей:

Основы имиджологии и репутационного менеджмента.

Внутренний PR и корпоративная культура.

Технологии построения бренда работодателя.

Кризисные коммуникации.

Оценка эффективности PR-деятельности.

2. Рекомендации по освоению материала

Лекции: Изучайте теоретические концепции в связке с примерами из практики российских и международных компаний. Составляйте конспекты с выделением ключевых терминов и их взаимосвязей.

Практические занятия: Активно участвуйте в разборе кейсов, моделировании ситуаций и групповых дискуссиях. Используйте материалы СМИ, отчеты компаний и данные рейтингов работодателей.

Самостоятельная работа:

- Анализируйте кейсы компаний из интересующей вас отрасли.
- Разрабатывайте проекты по заданным критериям (например, план антикризисных коммуникаций или концепцию EVP).
- Изучайте дополнительные материалы: отраслевые исследования (например, Gallup, HeadHunter), профессиональные стандарты (например, CROS).

3. Критерии оценки

Знание: Умение точно описать термины, модели и принципы управления имиджем и репутацией.

Понимание: Способность проанализировать коммуникационные стратегии компаний и выявить их сильные/слабые стороны.

Применение: Навык разработки планов мероприятий с обоснованием выбора инструментов и прогнозированием результатов.

4. Рекомендуемые источники

Основная литература: Учебники по корпоративным коммуникациям и репутационному менеджменту (например, авторов А.Н. Чумикова, М.П. Бочарова).

Дополнительные ресурсы:

- Кейсы из профессиональных сообществ (COM, IABC).
- Платформы с отзывами о работодателях (Glassdoor, HappyJob).
- Экспертные блоги и исследования (Harvard Business Review).

5. Советы по подготовке к зачету

Составьте глоссарий основных терминов.

Проработайте типовые задания (анализ кейсов, разработка планов).

Изучите не менее 3 примеров из практики компаний для иллюстрации теоретических положений.

6. Дополнительные рекомендации

Следите за актуальными примерами в деловой повестке.

Участвуйте в вебинарах и профессиональных дискуссиях.

Используйте навыки критического мышления при оценке эффективности PR-стратегий.

Данные рекомендации помогут освоить дисциплину системно и применять полученные знания в профессиональной деятельности.

11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства и информационных справочных систем (при необходимости).

11.1 Перечень лицензионного программного обеспечения

1. Kaspersky Endpoint Security 12.11 - Антивирус
2. OPERA - Система управления отелем
3. Microsoft Windows Server STDCORE AllLngLicense/Software AssurancePack Academic OLV 16Licenses LevelE AdditionalProduct CoreLic 1Year - Серверная операционная система

11.3 Перечень программного обеспечения отечественного производства

1. Kaspersky Endpoint Security 12.11 - Антивирус

При осуществлении образовательного процесса студентами и преподавателем используются следующие информационно справочные системы: СПС «Консультант плюс», СПС «Гарант».

12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

№ п/п	Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Номер аудитории	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы
1	Учебная аудитория для проведения занятий всех типов (в т.ч. лекционного, семинарского, практической подготовки обучающихся), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Э-160	Специализированная мебель на 180 посадочных мест, персональный компьютер – 1 шт., проектор Panasonic EX620 X6A – 1 шт., интерактивная доска SMART Board 690 – 1 шт., трибуна для лектора – 1 шт., микрофон – 1 шт., мониторы - 3 шт., плазменная панель - 1 шт., учебно-наглядные пособия в виде презентаций, информационные плакаты, подключение к сети «Интернет», выход в корпоративную сеть университета.
		Э-165	специализированная мебель на 28 посадочных мест, персональные компьютеры – 13 шт., телевизор SAMSUNG – 1 шт., учебно-наглядные пособия в виде презентаций, информационные плакаты, доска поворотная маркерно-магнитная – 1 шт., подключение к сети «Интернет», доступ в электронную информационно-образовательную среду университета.
2	Помещение для самостоятельной работы обучающихся, подтверждающее наличие материально-технического обеспечения, с перечнем основного оборудования		
		Э-174	Оснащение: мебель на 30 посадочных мест, мелованная доска - 1 шт, учебно-наглядные пособия

13. Особенности реализации дисциплины лиц с ограниченными возможностями здоровья

Обучающимся с ограниченными возможностями здоровья предоставляются специальные учебники и учебные пособия, иная учебная литература, специальные технические средства обучения коллективного и индивидуального пользования, предоставление услуг ассистента (помощника), оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь, а также услуги сурдопереводчиков и тифлосурдопереводчиков.

а) для слабовидящих:

- на промежуточной аттестации присутствует ассистент, оказывающий студенту необходимую техническую помощь с учетом индивидуальных особенностей (он помогает занять рабочее место, передвигаться, прочесть и оформить задание, в том числе записывая под диктовку);

- задания для выполнения, а также инструкция о порядке проведения промежуточной аттестации оформляются увеличенным шрифтом;

- задания для выполнения на промежуточной аттестации зачитываются ассистентом;

- письменные задания выполняются на бумаге, надиктовываются ассистенту;

- обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс;

- студенту для выполнения задания при необходимости предоставляется увеличивающее устройство;

в) для глухих и слабослышащих:

- на промежуточной аттестации присутствует ассистент, оказывающий студенту необходимую техническую помощь с учетом индивидуальных особенностей (он помогает занять рабочее место, передвигаться, прочесть и оформить задание, в том числе записывая под диктовку);

- промежуточная аттестация проводится в письменной форме;

- обеспечивается наличие звукоусиливающей аппаратуры коллективного пользования, при необходимости поступающим предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;

- по желанию студента промежуточная аттестация может проводиться в письменной форме;

д) для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата (тяжелыми нарушениями двигательных функций верхних конечностей или отсутствием верхних конечностей):

- письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением или надиктовываются ассистенту;

- по желанию студента промежуточная аттестация проводится в устной форме.

Рабочая программа дисциплины «Имидж, репутация и PR» составлена на основе Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования - магистратура по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент (приказ Минобрнауки России от 12.08.2020 г. № 952).

Автор (ы)

_____ доц. КМиУР, кэн Кенина Диана Сергеевна

Рецензенты

_____ проф. КМиУР, дэн Беликова Ирина Петровна

Рабочая программа дисциплины «Имидж, репутация и PR» рассмотрена на заседании Кафедра менеджмента и устойчивого развития территорий протокол № 24 от 25.03.2025 г. и признана соответствующей требованиям ФГОС ВО и учебного плана по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент

Заведующий кафедрой _____ Звягинцева Ольга Сергеевна

Рабочая программа дисциплины «Имидж, репутация и PR» рассмотрена на заседании учебно-методической комиссии Институт экономики, финансов и управления в АПК протокол № 2 от 22.04.2025 г. и признана соответствующей требованиям ФГОС ВО и учебного плана по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент

Руководитель ОП _____