

## СИЛАБУС

Назва дисципліни	Імідж і ділова репутація
Статус	Вибіркова
Спеціальність	ООП «Менеджмент» першого (бакалаврського рівня) освіти за спеціальністю 073 «Менеджмент»
Мова викладання	Українська
Семестр у якому викладається	<u>1</u>
Кількість кредитів ЕСТС академічних годин	<b>3 кредити</b> 90 год. (36- лекції, 18 - практичні заняття, 36- самостійна робота)
Форма підсумкового контролю та наявність індивідуальних завдань	Диференційований залік
Кафедра, що забезпечує викладання	Менеджменту та адміністрування
Викладач, що планується до викладання	Лекції та практичні: к.е.н., доц., доцент каф. МіА Микитюк Н.Є.
Перелік компетентностей, яких набуде студент після опанування дисципліни	<p>ЗК 04. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях</p> <p>ЗК 05. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.</p> <p>ЗК 08. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.</p> <p>ЗК 09. Здатність активно вчитися і оволодівати сучасними знаннями.</p> <p>ЗК 11. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації.</p> <p>ЗК 15. Здатність діяти на основі етичних міркувань (мотивів).</p> <p>СК 01. Здатність визначати та описувати характеристики організації.</p> <p>СК 02. Здатність аналізувати результати діяльності організації та бізнесу, зіставляти їх з факторами впливу зовнішнього та внутрішнього середовища.</p> <p>СК 06. Здатність діяти соціально відповідально і свідомо, формувати та підтримувати корпоративну соціальну відповідальність бізнесу.</p> <p>СК 07. Здатність обирати та використовувати сучасний інструментарій менеджменту у сфері бізнесу.</p> <p>СК 09. Здатність працювати в команді та налагоджувати міжособистісну взаємодію при вирішенні професійних завдань.</p> <p>СК 12. Здатність аналізувати й структурувати проблеми бізнесу та бізнес-організації, формувати обґрунтовані рішення.</p> <p>СК 13. Розуміти принципи і норми права та використовувати їх у професійній діяльності.</p>

Сфера реалізації компетентностей в майбутній професії та програмні результати навчання	Сфера реалізації компетентностей в майбутній професії: -формування у здобувачів вищої освіти комплексу знань та навичок щодо особливостей формування іміджу і репутації - розвитку та впровадження або застосування репутаційного менеджменту як основного елементу управління репутацією -формування власного бренду -розуміння підходів та методів управління діловою репутацією що дозволяє отримати довгострокові конкурентні переваги підприємству
Програмні результати навчання:	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ПРН 03. Демонструвати знання теорій, методів і функцій менеджменту, сучасних концепцій лідерства.</li> <li>- ПРН 11. Демонструвати навички аналізу ситуації та здійснення комунікації у різних сферах діяльності організації.</li> <li>- ПРН 12. Оцінювати правові, соціальні та економічні наслідки функціонування організації.</li> <li>- ПРН 14. Ідентифікувати причини стресу, адаптувати себе та членів команди до стресової ситуації, знаходити засоби до її нейтралізації.</li> <li>- ПРН 15. Демонструвати здатність діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних міркувань (мотивів), повагу до різноманітності та міжкультурності.</li> </ul>
Особливості навчання на курсі. Типи завдань та форми контролю	Оцінювання знань студентів проводиться за результатами комплексного оцінювання. Типи завдань: тестові завдання, дослідницькі завдання, творчі завдання. Контроль засвоєння теоретичних знань модуля М1 (колоквіум) – 50 балів, засвоєння практичних навичок ЗМ1 – 25 балів, засвоєння практичних навичок ЗМ2 – 25 балів. Відпрацювання пропусків – письмова робота.
Стислий опис дисципліни	Дисципліна спрямована на вивчення студентами дисципліни «Імідж і ділова репутація» і метою є формування у здобувачів вищої освіти комплексу знань та навичок щодо особливостей формування, розвитку та впровадження або застосування репутаційного менеджменту як основного елементу управління репутацією та формування власного бренду. Розуміння підходів та методів управління діловою репутацією дозволяє отримати довгострокові конкурентні переваги підприємства .
Кількість студентів, які можуть одночасно навчатися	20-100

Література	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Балабанова Л.В. (2008) Організація праці менеджера: Підручник. / Л.В. Балабанова, О.В. Сардак. Донецьк: ДонНУЕТ. 480 с</li> <li>2. Барна Н. В. (2008) Іміджелогія: Навч. посіб. для дистанційного навчання / За наук. ред. В. М. Бебека. К. Університет «Україна». 217 с.</li> <li>3. Бурбело О.А. (2009) Репутація компаній: управління і захист : монографія / О.А. Бурбело, Д.В. Солоха, А.М. Зінченко. Луганськ : Янтар. 104 с.</li> <li>4. Бугрим В. В. (2007) Комунікативно-технологічні матриці побудови ефективного іміджу. Наукові записки Інституту журналістики. К..Т.28. С.33-42.</li> <li>5. Берницька Д.І., Кравчук Н.О. Ділова репутація як стратегічний чинник розвитку підприємства. Інноваційна економіка Всеукраїнський науково-виробничий журнал. URL: <a href="http://dspace.wunu.edu.ua/bitstream/pdf">http://dspace.wunu.edu.ua/bitstream/pdf</a></li> <li>6. Васильконова Е. О.(2013) Теоретичне бачення змісту поняття «репутація підприємства». Торгівля і ринок України : зб. наук. праць Донецьк. нац. ун-ту економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського. Вип. 36. С. 102–110.</li> <li>7. Дерев'янюк О. Г. (2012) Ознаки та функції репутації як об'єкта репутаційного менеджменту . Агросвіт № 19. URL: <a href="http://www.agrosvit.info/pdf/19_2012/4.pdf">http://www.agrosvit.info/pdf/19_2012/4.pdf</a></li> <li>8. Дуброва О. С. (2009) Ділова репутація підприємства: практичні аспекти управління. Економіка та держава. URL: <a href="http://www.economy.in.ua/pdf/12_2009/13.pdf">http://www.economy.in.ua/pdf/12_2009/13.pdf</a></li> <li>9. Мізік Ю. І., Конопліна О. О. (2018) Стратегічний моніторинг як інструмент управління діловою репутацією підприємств водопостачання та водовідведення. Науковий вісник Ужгородського національного університету. URL:<a href="http://www.visnykeconom.uzhnu.uz.ua/archive/22_2_2018ua/28.pdf">http://www.visnykeconom.uzhnu.uz.ua/archive/22_2_2018ua/28.pdf</a></li> <li>10. Міцура О.О., Хижняк М.О. (2012)Управління онлайн-репутацією: теоретичні засади та методичні підходи Маркетинг і менеджмент інновацій. № 4 URL: <a href="http://mmi.fem.sumdu.edu.ua/">http://mmi.fem.sumdu.edu.ua/</a> 126 11.</li> </ol>
------------	--