

Репутаційний менеджмент

Кириченко Наталя Валеріївна

Алещенко Людмила Олександрівна





Актуальність та зміст дисципліни

*Сьогодні з розвитком діджиталізації, обміном інформацією, відгуками, рейтингами **репутаційний менеджмент** став необхідною складовою для компанії будь-якого масштабу, з будь-якого сегменту.*



*А зміни пов'язані з пандемією
лише прискорили рух у цьому напрямку.*



Мета дисципліни

*Набути ґрунтовні знання та практичні навички щодо особливостей формування, розвитку та впровадження або застосування **репутаційного менеджменту** як складної системи керування репутацією.*





Тематичний план дисципліни

1

Поняття ділової репутації

2

Параметри ділової репутації

3

Створення інформаційної основи репутації

4

Технології управління діловою репутацією компанії

5



Технології управління діловою репутацією керівника

6

Антикризові комунікації як інструмент захисту репутації

7

Управління кар'єрою



У результаті вивчення навчальної дисципліни здобувач вищої освіти набуває наступних компетентностей:



**Застосовувати знання зі сфери
репутаційного
менеджменту у своїй професійній
діяльності.**



**Організувати й контролювати
командну професійну діяльність.**



**Вміти правильно і доречно
використовувати мовні засоби у
професійній практиці піарника
відповідно до мовних норм.**



**Проводити систематичний
моніторинг репутації як
компаній так і персони.**



**Організувати маркетингову діяльність та розробляти піар-
стратегії для поліпшення репутації, з урахуванням кризових
ситуацій.**



Напрямки роботи в репутаційному менеджменті:

- ❖ *робота з масовою громадськістю та споживачами (підтвердження якості роботи та задоволеності з боку клієнтів, залучення в якості клієнтів відомих, авторитетних організацій, тактика індивідуальних дисконтів та послуги сервісу);*
- ❖ *робота з власними співробітниками (турбота про співробітників, підвищення кваліфікації та професіоналізму, підтримання позитивного клімату в колективі);*
- ❖ *робота з топ-менеджментом;*
- ❖ *позиціонування компанії на ринку (визначення їй свого місця), опрацювання політики компанії в цілому;*
- ❖ *підвищення престижності компанії та роботи в ній;*
- ❖ *участь в суспільно значущих акціях, благодійність, спонсорство (благодійні акції є важливим фактором для підтримки репутації);*
- ❖ *посилення фінансової стабільності, збільшення розмірів компанії та розширення бізнесу.*



Дякую за увагу!

