**Аннотация дисциплины**

**Формирование имиджа и деловой репутации**

**Рабочая программа дисциплины** предназначена для студентов, обучающихся по направлению 38.03.02 «Менеджмент» профиль «Маркетинг».

**Цель дисциплины:** формирование теоретических знаний в области имиджа и деловой репутации организации, и развитие практических навыков реализации современной социальной практики; создания, анализа и корректировки имиджа и деловой репутации.

**Место дисциплины в структуре ООП:** дисциплина цикла профиля (элективный) модуля 8 «Маркетинговые коммуникации» основной образовательной программы по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, профиль «Маркетинг».

 **Краткое содержание:**

Понятие имиджа и деловой репутации, их значение в позиционировании компании. Социальная компетентность и ответственность. Корпоративная культура как фактор, определяющий узнаваемость и деловую репутацию компании. Спонсорство как инструмент социально–культурных управленческих технологий. Благотворительность как инструмент эффективного управления социальной ответственностью и способ улучшения деловой репутации. Сущность и содержание социального маркетинга. Особенности современных подходов к управлению процессом формирования деловой репутации и корпоративного имиджа.