

Аннотация дисциплины

Формирование имиджа и деловой репутации компании

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

Место дисциплины в структуре ОП (Б.1.2.2.1.5.): относится к модулю дисциплин по выбору, углубляющих освоение программы магистратуры для направления подготовки 38.04.02 Менеджмент, направленность программы магистратуры «Финансовый маркетинг».

Краткое содержание дисциплины

Тема 1. Понятие имиджа и деловой репутации, их значение в позиционировании компании. Тема 2. Социальная компетентность и ответственность.

Тема 3. Корпоративная культура как фактор, определяющий узнаваемость и деловую репутацию компании.

Тема 4. Спонсорство как инструмент социально–культурных управленческих технологий. Тема 5. Благотворительность как инструмент эффективного управления социальной ответственностью и способ улучшения деловой репутации.

Тема 6. Сущность и содержание социального маркетинга.

Тема 7. Особенности современных подходов к управлению процессом формирования деловой репутации и корпоративного имиджа.