

Аннотация

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.

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.