

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное учреждение
высшего профессионального образования
"Казанский (Приволжский) федеральный университет"
Центр бакалавриата Менеджмент



УТВЕРЖДАЮ

Проректор
по образовательной деятельности КФУ
Проф. Таюрский Д.А.

"__" _____ 20__ г.

Программа дисциплины

Управление репутацией сервисных компаний Б1.В.ДВ.10

Направление подготовки: 38.03.02 - Менеджмент

Профиль подготовки: Менеджмент сферы услуг

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Автор(ы):

Геркина Е.А. , Куцевол Н.Г.

Рецензент(ы):

Разумовская Е.М.

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий(ая) кафедрой: Разумовская Е. М.

Протокол заседания кафедры No ____ от "____" _____ 201__г

Учебно-методическая комиссия Института управления, экономики и финансов (центр бакалавриата: менеджмент):

Протокол заседания УМК No ____ от "____" _____ 201__г

Регистрационный No

Казань
2016

Содержание

1. Цели освоения дисциплины
2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы
3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины /модуля
4. Структура и содержание дисциплины/ модуля
5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения
6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов
7. Литература
8. Интернет-ресурсы
9. Материально-техническое обеспечение дисциплины/модуля согласно утвержденному учебному плану

Программу дисциплины разработал(а)(и) ассистент, б/с Геркина Е.А. кафедра менеджмента в социальной сфере Институт управления, экономики и финансов , Elena.Gerkina@kpfu.ru ; доцент, к.н. (доцент) Куцевол Н.Г. кафедра менеджмента в социальной сфере Институт управления, экономики и финансов , Nadejda.Koutsevol@kpfu.ru

1. Цели освоения дисциплины

ознакомить студентов с основными процессами формирования корпоративного бренда и репутации сервисной компании.
сформировать представление о текущих тенденциях в области управления репутационным капиталом сервисной компании.
научить использовать современные механизмы создания корпоративного имиджа и корпоративного стиля сервисной компании.
способствовать выработке навыков оценки факторов формирования репутации и бренда сервисной компании.

2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы высшего профессионального образования

Данная учебная дисциплина включена в раздел " Б1.В.ДВ.10 Дисциплины (модули)" основной образовательной программы 38.03.02 Менеджмент и относится к дисциплинам по выбору. Осваивается на 4 курсе, 7 семестр.

Разработка курса 'Управление репутацией сервисной компании' вызвано актуализацией данной проблемы. В быстроменяющемся мире бизнеса способность организаций создавать и поддерживать позитивную репутацию и сильные корпоративные бренды является практически

единственным способом иметь конкурентную позицию. В большинстве компаний основные обязанности репутационного менеджмента и корпоративного брендинга возложены на отдел маркетинга, внутренних коммуникаций, отдел связей с общественностью. Тем не менее, именно

люди создают превосходную репутацию и запоминающиеся бренды в сервисных компаниях. Кроме этого, именно персонал может и разрушить эти жизненно важные нематериальные активы.

Последовательность изложения материала обусловлена стремлением к единству теории и практики в анализе проблем становления, функционирования и развития репутации сервисной компании, а также факторов ее сохранения.

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины /модуля

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ОК-3 (общекультурные компетенции)	способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности
ОПК-6 (профессиональные компетенции)	владением методами принятия решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ПК-1 (профессиональные компетенции)	владением навыками использования основных теорий мотивации, лидерства и власти для решения стратегических и оперативных управленческих задач, а также для организации групповой работы на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды, умение проводить аудит человеческих ресурсов и осуществлять диагностику организационной культуры
ПК-3 (профессиональные компетенции)	владением навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности
ПК-5 (профессиональные компетенции)	способностью анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений

В результате освоения дисциплины студент:

демонстрировать готовность к компромиссу с потребителем по возможному варианту и требуемому качеству обслуживания с целью создания положительной репутации компании;
 Демонстрировать готовность к работе в контактной зоне с потребителем, консультированию, согласованию вида, формы и объема процесса сервиса
 Демонстрировать готовность к разработке и реализации технологии процесса сервиса, формированию клиентурных отношений

4. Структура и содержание дисциплины/ модуля

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных(ые) единиц(ы) 108 часа(ов).

Форма промежуточного контроля дисциплины экзамен в 7 семестре.

Суммарно по дисциплине можно получить 100 баллов, из них текущая работа оценивается в 50 баллов, итоговая форма контроля - в 50 баллов. Минимальное количество для допуска к зачету 28 баллов.

86 баллов и более - "отлично" (отл.);

71-85 баллов - "хорошо" (хор.);

55-70 баллов - "удовлетворительно" (удов.);

54 балла и менее - "неудовлетворительно" (неуд.).

4.1 Структура и содержание аудиторной работы по дисциплине/ модулю

Тематический план дисциплины/модуля

N	Раздел Дисциплины/ Модуля	Семестр	Неделя семестра	Виды и часы аудиторной работы, их трудоемкость (в часах)			Текущие формы контроля
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
1.	Тема 1. Значение корпоративной стратегии в управлении репутацией	7	1,2	6	6	0	дискуссия

N	Раздел Дисциплины/ Модуля	Семестр	Неделя семестра	Виды и часы аудиторной работы, их трудоемкость (в часах)			Текущие формы контроля
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
2.	Тема 2. Управление корпоративными брендами и репутацией компанией	7	3,4	4	6	0	дискуссия
3.	Тема 3. Корпоративная идентичность, деятельность и имидж сервисной компании.	7	5,6	4	4	0	контрольная работа
4.	Тема 4. Индивидуальные трудовые отношения и бренд работодателя	7	7,8	4	6	0	кейс
5.	Тема 5. Корпоративная репутация и брендинг в мировых сервисных компаниях	7	9	2	2	0	устный опрос
6.	Тема 6. Корпоративные репутации	7	10,11	6	4	0	устный опрос
	Тема . Итоговая форма контроля	7		0	0	0	экзамен
	Итого			26	28	0	

4.2 Содержание дисциплины

Тема 1. Значение корпоративной стратегии в управлении репутацией

лекционное занятие (6 часа(ов)):

Взаимосвязь корпоративной стратегии с тенденциями формирования бренда и репутации компании

практическое занятие (6 часа(ов)):

Практика формирования бренда и репутации сервисных компаний

Тема 2. Управление корпоративными брендами и репутацией компанией

лекционное занятие (4 часа(ов)):

Корпоративность и стратегический менеджмент. Ключевые компетенции и система получения прибыли.

практическое занятие (6 часа(ов)):

Развитие бренда и определение брендинга. Ценность и капитал бренда.

Тема 3. Корпоративная идентичность, деятельность и имидж сервисной компании.

лекционное занятие (4 часа(ов)):

Проблема имиджа и идентичности. Виды идентичности и тест AC3ID.

практическое занятие (4 часа(ов)):

Составляющие корпоративного характера.

Тема 4. Индивидуальные трудовые отношения и бренд работодателя

лекционное занятие (4 часа(ов)):

Определение и формирование психологических контрактов. Несправедливость и нарушение психологических контрактов.

практическое занятие (6 часа(ов)):

Типы психологических контрактов

Тема 5. Корпоративная репутация и брендинг в мировых сервисных компаниях

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Репутация мировых компаний. Практика ее формирования. Влияние на стоимость капитала и возможности развития сервисной отрасли.

практическое занятие (2 часа(ов)):

Примеры практик наилучшей репутации сервисных компаний

Тема 6. Корпоративные репутации

лекционное занятие (6 часа(ов)):

Подходы к рассмотрению управления репутацией. Корпоративный характер.

практическое занятие (4 часа(ов)):

Показатели репутации. Неоднородный характер репутации.

4.3 Структура и содержание самостоятельной работы дисциплины (модуля)

N	Раздел Дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды самостоятельной работы студентов	Трудоемкость (в часах)	Формы контроля самостоятельной работы
1.	Тема 1. Значение корпоративной стратегии в управлении репутацией	7	1,2	подготовка к дискуссии	2	дискуссия
2.	Тема 2. Управление корпоративными брендами и репутацией компаний	7	3,4	подготовка к дискуссии	2	дискуссия
3.	Тема 3. Корпоративная идентичность, деятельность и имидж сервисной компании.	7	5,6	подготовка к контрольной работе	2	контрольная работа
4.	Тема 4. Индивидуальные трудовые отношения и бренд работодателя	7	7,8		8	кейс
5.	Тема 5. Корпоративная репутация и брендинг в мировых сервисных компаниях	7	9	подготовка к устному опросу	12	устный опрос
6.	Тема 6. Корпоративные репутации	7	10,11	подготовка к устному опросу	10	устный опрос
	Итого				36	

5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения

Для повышения эффективности обучения используется комплекс методик и подходов к

образованию, ориентированный на потребности и восприятие процесса управления. Его основные элементы:

1. Сближение обучения с практической деятельностью студента - обучение на базе рабочей ситуации, вовлечение в учебный процесс практического опыта преподавателей (студентов) и др.
2. Использование наиболее активных методов обучения, позволяющих экономно расходовать время студента, таких, как групповые дискуссии, деловые игры, тренинги, 'мозговые штурмы', работа с интерактивными учебными материалами и т.д.
3. Образовательный подход - помощь в проявлении уникальных способностей студента, формировании его собственной цельной картины взглядов на управление фирмой посредством усвоения концепций, применимых в широком диапазоне ситуаций.
4. Развитие творческих способностей студентов, умения принимать решения в неординарных условиях путем использования проблемных методов обучения (case study и рабочие ситуации).
5. Развивающий подход - обучение умению не только знать, но и думать, использовать знания,

регулярно повышать свой интеллектуальный уровень. Развивающие, научно-исследовательские направления образования (активные методы обучения) строят технологии на методиках познания. Другими словами, формирование личностной модели ученика происходит под влиянием нелинейной модели знаний.

6. Универсальность изложения курсов и применение методов адаптации содержания к конкретным условиям.
7. Проектирование самостоятельной работы, существенно расширяющей личную инициативу студента и организацию гибких и эффективных форм контроля со стороны преподавателей, принимающих участие в программе.
8. Организация системного контроля с помощью промежуточных и итоговых измерений уровней знаний, умений и навыков обучаемых

6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов

Тема 1. Значение корпоративной стратегии в управлении репутацией

дискуссия , примерные вопросы:

сформировать представление о текущих тенденциях в области управления репутационным капиталом сервисной компании.

Тема 2. Управление корпоративными брендами и репутацией компанией

дискуссия , примерные вопросы:

Разработать ключевые компетенции в системе получения прибыли компанией.

Тема 3. Корпоративная идентичность, деятельность и имидж сервисной компании.

контрольная работа , примерные вопросы:

использовать современные механизмы создания корпоративного имиджа и корпоративного стиля сервисной компании.

Тема 4. Индивидуальные трудовые отношения и бренд работодателя

кейс , примерные вопросы:

Разработать формат психологических контрактов для сервисной организации.

Тема 5. Корпоративная репутация и брендинг в мировых сервисных компаниях

устный опрос , примерные вопросы:

ОЦЕНИТЬ факторы формирования репутации и бренда сервисной компании.

Тема 6. Корпоративные репутации

устный опрос , примерные вопросы:

разработать показатели репутации компании.

Тема . Итоговая форма контроля

Примерные вопросы к экзамену:

1. Значение корпоративной стратегии и ее взаимосвязь с тенденциями формирования бренда и репутации компании
2. Управление корпоративными брендами и репутацией компанией.
3. Корпоративность и стратегический менеджмент. Ключевые компетенции и система получения прибыли.
4. Развитие бренда и определение брендинга.
5. Ценность и капитал бренда.
6. Корпоративные репутации.
7. Подходы к рассмотрению управления репутацией.
8. Корпоративный характер. Показатели репутации.
9. Неоднородный характер репутации.
10. Корпоративная идентичность, деятельность и имидж компании.
11. Проблема имиджа и идентичности.
12. Виды идентичности и тест AC3ID.
13. Составляющие корпоративного характера.
14. Индивидуальные трудовые отношения и бренд работодателя.
15. Определение и формирование психологических контрактов.
16. Несправедливость и нарушение психологических контрактов.
17. Типы психологических контрактов.
18. Корпоративная репутация и брендинг в мировых компаниях
19. Корпоративная социальная ответственность.

7.1. Основная литература:

1. Константы гудвилла: стиль, паблисити, репутация, имидж и бренд фирмы: Учебное пособие / Ф.И. Шарков. - 2-е изд. - М.: Дашков и К: 'Издательство Шаркова', 2012. - 272 с.// <http://znanium.com/bookread.php?book=327924>
2. Блинов, А. О. Управленческое консультирование [Электронный ресурс] : Учебник для магистров / А. О. Блинов, В. А. Дресвянников. - М. : Издательско-торговая корпорация 'Дашков и К-', 2013. - 212 с.// <http://znanium.com/bookread.php?book=415014>

7.2. Дополнительная литература:

1. Системы управления эффективностью бизнеса: Учеб. пособие / Н.М. Абдикеев; Под науч. ред. Н.М. Абдикеева, О.В. Китовой. - М.: ИНФРА-М, 2010. - 282 с.: 60x90 1/16 + CD-ROM. - (Высшее образование). (переплет, cd rom) ISBN 978-5-16-003992-3, 500 экз. ЭБС 'Знаниум' Режим доступа: <http://www.znanium.com>
2. Блинов, А. О. Управленческое консультирование [Электронный ресурс] : Учебник для магистров / А. О. Блинов, В. А. Дресвянников. - М. : Издательско-торговая корпорация 'Дашков и К-', 2013. - 212 с. - ISBN 978-5-394-02052-0. ЭБС 'Знаниум' Режим доступа: <http://www.znanium.com>

3. Консалтинговый сервис: Учебное пособие / А.И. Ткалич. - М.: Альфа-М, 2009. - 207 с.: ил.; 60x90 1/16. - (Сервис и туризм). (переплет) ISBN 978-5-98281-117-2, 2000 экз. ЭБС 'Знаниум' Режим доступа: <http://www.znanium.com>

7.3. Интернет-ресурсы:

Экономическая библиотека - econuniver.com/

Экономическая библиотека онлайн - finoboz.com/

Электронная библиотека бесплатных электронных книг - www.finbook.biz/

Электронная библиотека онлайн - www.elobook.com/

Электронная библиотека экономической и деловой литературы - <http://www.aup.ru/library/>

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины(модуля)

Освоение дисциплины "Управление репутацией сервисных компаний" предполагает использование следующего материально-технического обеспечения:

Мультимедийная аудитория, вместимостью более 60 человек. Мультимедийная аудитория состоит из интегрированных инженерных систем с единой системой управления, оснащенная современными средствами воспроизведения и визуализации любой видео и аудио информации, получения и передачи электронных документов. Типовая комплектация мультимедийной аудитории состоит из: мультимедийного проектора, автоматизированного проекционного экрана, акустической системы, а также интерактивной трибуны преподавателя, включающей тач-скрин монитор с диагональю не менее 22 дюймов, персональный компьютер (с техническими характеристиками не ниже Intel Core i3-2100, DDR3 4096Mb, 500Gb), конференц-микрофон, беспроводной микрофон, блок управления оборудованием, интерфейсы подключения: USB, audio, HDMI. Интерактивная трибуна преподавателя является ключевым элементом управления, объединяющим все устройства в единую систему, и служит полноценным рабочим местом преподавателя. Преподаватель имеет возможность легко управлять всей системой, не отходя от трибуны, что позволяет проводить лекции, практические занятия, презентации, вебинары, конференции и другие виды аудиторной нагрузки обучающихся в удобной и доступной для них форме с применением современных интерактивных средств обучения, в том числе с использованием в процессе обучения всех корпоративных ресурсов. Мультимедийная аудитория также оснащена широкополосным доступом в сеть интернет. Компьютерное оборудование имеет соответствующее лицензионное программное обеспечение.

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе "БиблиоРоссика", доступ к которой предоставлен студентам. В ЭБС "БиблиоРоссика" представлены коллекции актуальной научной и учебной литературы по гуманитарным наукам, включающие в себя публикации ведущих российских издательств гуманитарной литературы, издания на английском языке ведущих американских и европейских издательств, а также редкие и малотиражные издания российских региональных вузов. ЭБС "БиблиоРоссика" обеспечивает широкий законный доступ к необходимым для образовательного процесса изданиям с использованием инновационных технологий и соответствует всем требованиям федеральных государственных образовательных стандартов высшего профессионального образования (ФГОС ВПО) нового поколения.

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе "ZNANIUM.COM", доступ к которой предоставлен студентам. ЭБС "ZNANIUM.COM" содержит произведения крупнейших российских учёных, руководителей государственных органов, преподавателей ведущих вузов страны, высококвалифицированных специалистов в различных сферах бизнеса. Фонд библиотеки сформирован с учетом всех изменений образовательных стандартов и включает учебники, учебные пособия, УМК, монографии, авторефераты, диссертации, энциклопедии, словари и справочники, законодательно-нормативные документы, специальные периодические издания и издания, выпускаемые издательствами вузов. В настоящее время ЭБС ZNANIUM.COM соответствует всем требованиям федеральных государственных образовательных стандартов высшего профессионального образования (ФГОС ВПО) нового поколения.

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе Издательства "Лань" , доступ к которой предоставлен студентам. ЭБС Издательства "Лань" включает в себя электронные версии книг издательства "Лань" и других ведущих издательств учебной литературы, а также электронные версии периодических изданий по естественным, техническим и гуманитарным наукам. ЭБС Издательства "Лань" обеспечивает доступ к научной, учебной литературе и научным периодическим изданиям по максимальному количеству профильных направлений с соблюдением всех авторских и смежных прав.

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе "Консультант студента" , доступ к которой предоставлен студентам. Электронная библиотечная система "Консультант студента" предоставляет полнотекстовый доступ к современной учебной литературе по основным дисциплинам, изучаемым в медицинских вузах (представлены издания как чисто медицинского профиля, так и по естественным, точным и общественным наукам). ЭБС предоставляет вузу наиболее полные комплекты необходимой литературы в соответствии с требованиями государственных образовательных стандартов с соблюдением авторских и смежных прав.

Проектор с экраном, принтер и копировальный аппарат для распечатки текстов и тестовых заданий, прочее подобное оборудование.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВПО и учебным планом по направлению 38.03.02 "Менеджмент" и профилю подготовки Менеджмент сферы услуг .

Автор(ы):

Куцевол Н.Г. _____

Геркина Е.А. _____

"__" _____ 201__ г.

Рецензент(ы):

Разумовская Е.М. _____

"__" _____ 201__ г.