



РЕПУТАЦІЙНИЙ КАПІТАЛ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА

Назва дисципліни за вибором



КАРЛОВА

Олена Анатоліївна

доктор економічних наук,
професор

Профайл викладача:

[http://econmgmt.uipa.edu.ua/?
page_id=1284](http://econmgmt.uipa.edu.ua/?page_id=1284)

Анотація: Дисципліна «Репутаційний капітал промислового підприємства» розкриває природу, значення та механізми формування ділової репутації як нематеріального активу, що має стратегічне значення для розвитку підприємства. Курс надає студентам теоретичні знання та практичні інструменти управління репутацією в умовах публічності, цифрової комунікації, ризиків та зростаючих очікувань зацікавлених сторін.

Метою вивчення дисципліни є сформувати у здобувачів вищої освіти системне розуміння ролі репутаційного капіталу в управлінні промисловим підприємством, розвинути навички аналізу, формування, підтримки та захисту ділової репутації як важливої складової стійкості, вартості та соціальної легітимності компанії.

Очікувані результати навчання:

За результатами навчання студент буде:

знати: сутність та структуру репутаційного капіталу, його місце в системі нематеріальних активів підприємства; чинники формування й оцінки ділової репутації; моделі управління репутацією у промисловому секторі; інструменти моніторингу, вимірювання та захисту репутації; особливості кризового менеджменту у сфері репутаційних ризиків.

вміти: ідентифікувати репутаційні ризики та будувати карти зацікавлених сторін (stakeholder maps); аналізувати репутаційний капітал підприємства за допомогою якісних і кількісних методів; розробляти програми формування й підтримки позитивного іміджу підприємства; управляти корпоративними комунікаціями, PR-діяльністю та взаємодією зі ЗМІ; реагувати на репутаційні виклики в кризових ситуаціях і будувати репутацію з урахуванням принципів сталого розвитку.

Теми аудиторних занять та самостійної роботи

Тема 1. Репутація як стратегічний нематеріальний актив підприємства

Тема 2. Репутаційний капітал: сутність, структура, роль у системі управління підприємством

Тема 3. Фактори, що формують репутацію промислового підприємства

Тема 4. Інтереси й очікування стейкхолдерів: вплив на репутацію компанії

Тема 5. Оцінювання та моніторинг репутаційного капіталу: моделі, показники, індекси

Тема 6. Інструменти побудови та підтримки позитивного іміджу підприємства

Тема 7. Управління репутаційними ризиками та реагування на кризові комунікації

Тема 8. Цифрова репутація підприємства в епоху соціальних медіа та відкритих даних

Тема 9. Корпоративна соціальна відповідальність як репутаційний ресурс

Тема 10. Сталий розвиток, етичні стандарти та репутація: інтеграційний підхід до управління

Мова викладання навчальної дисципліни – Українська.

Формат навчальної дисципліни – Змішаний (blended).

Курс – 2

Семестр – 3

Обсяг дисципліни – 90 годин (3 кредити).

Структура дисципліни – Лекції – 20 годин, Практичні заняття – 20 годин, Самостійна робота – 50 годин.

Підсумковий контроль – Залік.

Технічне й програмне забезпечення та/або обладнання – комп'ютер, екран, колонки.