

Міністерство освіти і науки України

Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна
Кафедра світової політики, дипломатії та туристичного бізнесу

«ЗАТВЕРДЖУЮ»

Директор Навчально-наукового інституту
«Каразінський інститут міжнародних відносин
та туристичного бізнесу»
Микола ПИСАРЕНСЬКИЙ

«__» _____ 2025 р.

Робоча програма навчальної дисципліни

Репутаційний менеджмент

рівень вищої освіти	перший (бакалаврський)
галузь знань	29 «Міжнародні відносини»
спеціальність	291 «Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії»»
освітня програма	«Міжнародні відносини та регіональні студії»
спеціалізація	_____
вид дисципліни	за вибором

Навчально-науковий інститут «Каразінський інститут міжнародних відносин та туристичного бізнесу»

2025/ 2026 навчальний рік

Програму рекомендовано до затвердження Вченою радою Навчально-наукового інституту «Каразінський інститут міжнародних відносин та туристичного бізнесу»

від "28" серпня 2025 року, протокол № 1

РОЗРОБНИКИ ПРОГРАМИ:

канд. екон. наук, доцент,
доцент кафедри світової політики,
дипломатії та туристичного бізнесу

Олена ЄВТУШЕНКО

Програму схвалено на засіданні кафедри світової політики, дипломатії та туристичного бізнесу

Протокол № 1 від "26" серпня 2025 року

Завідувач кафедри світової політики,
дипломатії та туристичного бізнесу



Анатолій ПАРФІНЕНКО
(прізвище та ініціали)

Програму погоджено з гарантом (керівником проектної групи)
освітньої-професійної програми «Міжнародні відносини та регіональні студії»

Гарант (керівник проектної групи) освітньої-професійної програми «Міжнародні відносини та регіональні студії»



Ганна ПАНАСЕНКО

Програму погоджено науково-методичною комісією Навчально-наукового інституту «Каразінський інститут міжнародних відносин та туристичного бізнесу»

Протокол № 1 від "27" серпня 2025 року

Голова науково-методичної комісії
Навчально-наукового інституту
«Каразінський інститут міжнародних відносин та туристичного бізнесу»



Ганна ПАНАСЕНКО
(прізвище та ініціали)

ВСТУП

Програма навчальної дисципліни “Репутаційний менеджмент” складена відповідно до освітньо-професійної програми «Міжнародні відносини та регіональні студії»

підготовки бакалавра

за спеціальністю 291 «Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії»

Предметом вивчення навчальної дисципліни є теоретичні та практичні основи управління репутацією організацій та суб’єктів господарювання, зокрема формування, підтримка та відновлення позитивного іміджу, оцінка впливу репутаційних ризиків, розробка стратегій комунікації з внутрішніми та зовнішніми стейкхолдерами, а також використання інструментів репутаційного менеджменту для підвищення конкурентоспроможності та довіри до організації.

1. Опис навчальної дисципліни

1.1. Мета викладання навчальної дисципліни “Репутаційний менеджмент” полягає у формуванні у студентів системи теоретичних знань та практичних навичок управління репутацією організацій і суб’єктів господарювання, здатності аналізувати репутаційні ризики, розробляти та впроваджувати ефективні стратегії комунікації, а також використовувати інструменти репутаційного менеджменту для підвищення довіри, конкурентоспроможності та стійкості організації на ринку.

1.2. Основними завданнями вивчення дисципліни “Репутаційний менеджмент” є:

- формування у студентів системних знань про сутність, принципи та значення репутаційного менеджменту для організацій;
- вивчення механізмів формування, підтримки та відновлення позитивного іміджу підприємств і суб’єктів господарювання;
- ознайомлення з методами оцінки та управління репутаційними ризиками;
- розвиток умінь розробляти та впроваджувати ефективні стратегії комунікації з внутрішніми та зовнішніми стейкхолдерами;
- набуття практичних навичок використання інструментів репутаційного менеджменту для підвищення довіри та конкурентоспроможності організації;
- формування здатності аналізувати вплив репутаційних факторів на фінансові та стратегічні результати діяльності організації.

1.3. Кількість кредитів 4 кредити

1.4. Загальна кількість годин 120 годин

1.5. Характеристика навчальної дисципліни	
За вибором	
Денна форма навчання	Заочна (дистанційна) форма навчання
Рік підготовки	
2-й	2-й
Семестр	
3-й	3-й
Лекції	
32 год.	-
Практичні, семінарські заняття	
16 год.	-
Лабораторні заняття	
-	-
Самостійна робота	

72 год.	-
Індивідуальні завдання	
-	

**1.6. Перелік компетентностей, що формує дана дисципліна
загальні компетентності передбачені стандартом:**

- ЗК3. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.
ЗК4. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.
ЗК5. Здатність працювати в міжнародному контексті.
ЗК6. Здатність генерувати нові ідеї (креативність).
ЗК7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.
ЗК8. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.
ЗК12. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.
ЗК13. Здатність бути критичним і самокритичним.
ЗК14. Здатність ухвалювати рішення та діяти, дотримуючись принципу неприпустимості корупції та будь-яких інших проявів недоброчесності.

Передбачені робочою групою:

- ЗК15. Здатність планувати та управляти часом.
ЗК 16. Здатність виявляти та вирішувати проблеми.
ЗК 17. Здатність аргументувати вибір шляхів вирішення завдань професійного характеру, критично оцінювати отримані результати та обґрунтовувати прийняті рішення.
ЗК 18. Здатність працювати як автономно, так і у команді.
ЗК 19. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації, зокрема в міжнародному контексті.

спеціальні (фахові) компетентності передбачені стандартом:

- СК2. Здатність аналізувати міжнародні процеси у різних контекстах, зокрема політичному, безпековому, правовому, економічному, суспільному, культурному та інформаційному.
СК13. Здатність аналізувати діяльність міжнародних недержавних акторів та транснаціональні відносини.

Передбачені робочою групою:

- СК16. Здатність аналізувати внутрішні та зовнішні чинники розвитку регіональних спільнот (геополітичних, географічних, економічних, цивілізаційних та інших, регіональні угруповання, країни та регіони як суб'єкти міжнародних відносин та глобальної конкуренції).

Також вивчення дисципліни формує:

- Системне мислення та аналітичні здібності.
- Стратегічне планування та прийняття управлінських рішень.
- Комунікативна компетентність і ефективна взаємодія зі стейкхолдерами.
- Знання принципів, методів і інструментів управління репутацією організацій.
- Навички оцінки та управління репутаційними ризиками.
- Уміння розробляти та впроваджувати стратегії корпоративної комунікації та PR.
- Здатність аналізувати вплив репутаційних факторів на діяльність організації.
- Використання сучасних цифрових інструментів для моніторингу та управління репутацією.
- Робота в команді та управління репутаційними проектами.

- Критичне мислення при оцінці інформації та комунікаційних стратегій.

1.7. Заплановані результати навчання

Передбачені стандартом:

РН03. Знати природу міжнародного співробітництва, характер взаємодії між міжнародним акторами, співвідношення державних, недержавних акторів у світовій політиці.

РН17. Мати навички самостійного визначення освітніх цілей та навчання, пошуку необхідних для їх досягнення освітніх ресурсів. Передбачені робочою групою.

РН 19. Визначати політичні, дипломатичні, безпекові, суспільні, юридичні, економічні й інші ризики у сфері міжнародних відносин та глобальних процесів.

Передбачені робочою групою.

РН 21. Мати навички розробки науково-обґрунтованих практичних рекомендацій для державних органів, які беруть участь в реалізації зовнішньої політики за регіональними напрямками; у тому числі для організації освітніх, культурних обмінів, для розвитку торгівельно-економічного співробітництва з країнами різної цивілізаційно-культурної специфіки.

РН 29. Оцінювати результати власної роботи і відповідати за особистий професійний розвиток.

РН 30. Самостійно приймати рішення, відповідати за командну роботу.

РН 31 Ухвалювати рішення та діяти, дотримуючись принципу неприпустимості

Також після вивчення дисципліни студент повинен:

➤ Знання та розуміння:

- знати основні теоретичні засади репутаційного менеджменту;
- розуміти принципи формування, підтримки та відновлення репутації організацій;
- знати інструменти оцінки репутаційних ризиків та методи управління ними;
- розуміти роль корпоративної комунікації та PR у формуванні іміджу.

➤ Практичні уміння та навички:

- застосовувати інструменти репутаційного менеджменту на практиці;
- розробляти та впроваджувати стратегії управління репутацією;
- оцінювати вплив репутаційних факторів на діяльність організації;
- використовувати сучасні цифрові платформи для моніторингу репутації.

➤ Компетентності та особистісний розвиток:

- приймати ефективні управлінські рішення щодо підтримки репутації;
- взаємодіяти з внутрішніми та зовнішніми стейкхолдерами;
- критично оцінювати інформацію та комунікаційні стратегії;
- проявляти здатність до самоосвіти та безперервного професійного розвитку в галузі управління репутацією.

1.8. Пререквізити:

Для успішного вивчення дисципліни студент повинен мати базові знання з менеджменту, маркетингу та комунікацій, а також розуміти основи економіки організацій і принципи міжособистісної та суспільної комунікації.

2. Тематичний план навчальної дисципліни

Тема 1. Репутація як ресурс управління

Репутація як соціальний феномен, цільові аудиторії репутаційного менеджменту, ділова репутація в системі нової парадигми менеджменту бізнесу, ділова репутація і поняття goodwill

Тема 2. Корпоративна репутація

Корпоративний імідж і корпоративна репутація, виміри корпоративної репутації, рейтинги корпоративної репутації, репутація компанії як роботодавця

Тема 3. Інформаційні засади репутації

Репутаційний аудит, інформаційний і комунікаційний аудит, репутаційні стратегії, інформаційна політика організації

Тема 4. Управління корпоративною репутацією

Розбудова системи внутрішньокорпоративних комунікацій, взаємодія зі ЗМІ, корпоративна соціальна відповідальність, спонсорство, благодійність, розбудова зв'язків з державною владою (GR) та з інвесторами (IR)

Тема 5. Менеджмент ділової репутації керівника

Значущість особи керівника для репутації компанії, комунікаційний аудит і особистісна діагностика, формування іміджу керівника, просування іміджу керівника у зовнішніх і внутрішніх аудиторіях

Тема 6. Антикризова репутаційна система управління

Репутаційні ризики організації в умовах інформаційного суспільства, репутаційна безпека як завдання ризик-менеджменту, репутаційні кризи: причини, типологія, антикризові комунікації як інструмент захисту репутації, криза як ефективний засіб просування та розвитку бізнесу

Тема 7. Репутація та стратегічний розвиток організації

Взаємозв'язок репутації та конкурентоспроможності, використання репутації для зміцнення бренду, стратегії довгострокового розвитку та інноваційні підходи

Тема 8. Практичні кейси та інструменти репутаційного менеджменту

Аналіз практичних кейсів з управління репутацією, розробка рекомендацій і стратегій для організацій, робота з цифровими інструментами та соціальними медіа, групові дискусії та презентації

3. Структура навчальної дисципліни

Назви розділів і тем	Кількість годин											
	денна форма						заочна форма					
	усього	у тому числі					усього	у тому числі				
л		п	лаб.	інд.	с. р.	л		п	лаб.	інд.	с. р.	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Тема 1. Репутація як ресурс управління	15	4	2			9						
Тема 2. Корпоративна репутація	15	4	2			9						
Тема 3. Інформаційні засади репутації	15	4	2			9						
Тема 4. Управління корпоративною репутацією	15	4	2			9						
Тема 5. Менеджмент ділової репутації керівника	15	4	2			9						
Тема 6. Антикризова репутаційна система управління	15	4	2			9						
Тема 7. Репутація та стратегічний розвиток організації	15	4	2			9						

Тема 8. Практичні кейси та інструменти репутаційного менеджменту	15	4	2			9						
<i>Усього годин</i>	120	32	16			72						

4. Теми семінарських (практичних, лабораторних) занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Тема 1: Репутація як ресурс управління	2
2	Тема 2: Корпоративна репутація	2
3	Тема 3: Інформаційні засади репутації	2
4	Тема 4: Управління корпоративною репутацією	2
5	Тема 5: Менеджмент ділової репутації керівника	2
6	Тема 6: Антикризова репутаційна система управління	2
7	Тема 7: Репутація та стратегічний розвиток організації	2
8	Тема 8: Практичні кейси та інструменти репутаційного менеджменту	2
	Разом	16

5. Завдання для самостійної роботи

№ з/п	Види, зміст самостійної роботи	К
		Дені
1	Тема 1. Репутація як ресурс управління Види самостійної роботи: самостійне опрацювання навчальної літератури та наукових статей, підготовка конспектів, аналіз практичних кейсів, написання короткого реферату. Зміст: студент повинен дослідити сутність та соціальне значення репутації як ресурсу управління, визначити основні цільові аудиторії репутаційного менеджменту, проаналізувати ділову репутацію у контексті сучасних підходів менеджменту бізнесу та розглянути поняття goodwill; підготувати короткий аналітичний огляд або міні-дослідження щодо соціальної цінності репутації для організації.	9
2	Тема 2. Корпоративна репутація Види: опрацювання наукових та практичних джерел, складання схем та таблиць, проведення порівняльного аналізу кейсів, обговорення в групі. Зміст: вивчення корпоративного іміджу та корпоративної репутації, аналіз їх вимірів і рейтингів, оцінка репутації компанії як роботодавця; підготовка порівняльного аналізу репутаційних стратегій двох компаній та формування висновків щодо ефективності управління корпоративною репутацією.	9
3	Тема 3. Інформаційні засади репутації Види: робота з інформаційними джерелами, виконання міні-аудиту організацій, складання схем комунікацій та стратегій. Зміст: студент вивчає методи репутаційного аудиту, інформаційного та комунікаційного аудиту, розробку репутаційних стратегій, політику організації у сфері комунікацій; підготовка схеми інформаційної політики та рекомендацій щодо оптимізації комунікаційних процесів.	9
4	Тема 4. Управління корпоративною репутацією Види: аналіз прикладів внутрішніх комунікацій, вивчення взаємодії зі ЗМІ, підготовка презентацій, дослідження CSR-проектів та GR/IR активностей. Зміст: розгляд системи внутрішньокорпоративних комунікацій, взаємодії зі ЗМІ, корпоративної соціальної відповідальності,	9

**6.
Індивідуальні
завдання**

	спонсорства та благодійності, взаємодії з державними органами (GR) та інвесторами (IR); підготовка кейс-аналізу ефективності застосування різних технологій управління репутацією організації.	
5	Тема 5. Менеджмент ділової репутації керівника • Види: аналіз публічних персоналій, розробка профілю іміджу керівника, підготовка презентацій та аналітичних записок, обговорення в групах. • Зміст: дослідження значущості особи керівника для репутації компанії, проведення комунікаційного аудиту та особистісної діагностики, формування та просування іміджу керівника у зовнішніх і внутрішніх аудиторіях; підготовка практичного завдання з розробки стратегій формування позитивного іміджу керівника.	9
6	Тема 6. Антикризова репутаційна система управління • Види: аналіз кризових ситуацій в організаціях, розробка антикризових стратегій та рекомендацій, написання коротких аналітичних звітів, моделювання сценаріїв криз. • Зміст: вивчення репутаційних ризиків організації в умовах інформаційного суспільства, формування репутаційної безпеки як завдання ризик-менеджменту, класифікація репутаційних криз, розробка антикризових комунікацій як інструменту захисту репутації; практичне завдання – складання антикризового плану для умовної компанії та аналіз можливостей використання криз для розвитку бізнесу.	9
7	Тема 7. Репутація та стратегічний розвиток організації • Види: аналітичні вправи, підготовка стратегічних пропозицій, написання звітів та групові дискусії. • Зміст: дослідження взаємозв'язку репутації та конкурентоспроможності організації, використання репутації для зміцнення бренду, стратегічне планування та інноваційні підходи; розробка пропозицій щодо підвищення стійкості та репутаційного капіталу організації.	9
8	Тема 8. Практичні кейси та інструменти репутаційного менеджменту • Види: розбір реальних кейсів, групові проєкти та презентації, практична робота з цифровими інструментами та соціальними мережами. • Зміст: аналіз реальних ситуацій управління репутацією, розробка рекомендацій і стратегій для конкретних організацій, робота з цифровими платформами для моніторингу репутації, проведення групових дискусій та презентацій щодо ефективних інструментів репутаційного менеджменту.	9
	Разом	72

Індивідуальне завдання в межах дисципліни «Репутаційний менеджмент» навчальним планом не передбачене.

7. Методи навчання

Методи навчання – взаємодія між викладачем і студентом, під час якої відбувається передача та засвоєння знань, умінь і навичок від викладача до студента, а також самостійної та індивідуальної роботи студента. При проведенні визначених планом видів занять використовуються такі методи:

1. Під час викладення навчального матеріалу: – словесні (бесіда, пояснення, розповідь, інструктаж); – наочні (ілюстрування, демонстрування, самостійне спостереження); – практичні (вправи, практичні роботи, дослідні роботи).

2. За організаційним характером навчання: – методи організації та здійснення навчально-пізнавальної діяльності; – методи стимулювання і мотивації навчально-пізнавальної діяльності; – методи контролю та самоконтролю у навчанні; – бінарні (поєднання теоретичного, наочного, практичного) методи навчання.

3. За логікою сприймання та засвоєння навчального матеріалу: індуктивно-дедукційні, репродуктивні, прагматичні, дослідницькі, проблемні тощо.

8. Методи контролю

При вивченні дисципліни «Репутаційний менеджмент» застосовуються наступні методи контролю: усний, письмовий та тестовий. Контроль з дисципліни складається з поточного контролю, який проводиться у формі усного опитування або письмового експрес-контролю на семінарських заняттях та лекціях, у формі виступів студентів при обговоренні питань на семінарських заняттях, виконання практичних завдань, у формі тестування, тощо. Результати поточного контролю (поточна успішність) враховуються при визначенні підсумкової оцінки з дисципліни.

Засвоєння тем (поточний контроль) контролюється на семінарських та практичних заняттях відповідно до конкретних цілей, засвоєння змістових розділів (проміжний контроль) – на практичних та семінарських підсумкових заняттях.

Застосовуються такі засоби діагностики рівня підготовки студентів:

- тестові завдання;
- виконання практичних завдань.

Поточний контроль здійснюється під час проведення практичних та семінарських занять. Сума балів, які студент денної та заочної (дистанційної) форм навчання може набрати за поточними контролями, дорівнює 60

Семестровий підсумковий контроль з дисципліни є обов'язковою формою контролю навчальних досягнень студента. Він проводиться відповідно до навчального плану у вигляді заліку в терміни, встановлені графіком навчального процесу та в обов'язку навчального матеріалу, визначеному програмою дисципліни «Репутаційний менеджмент». Максимальна кількість балів за успішне виконання залікових завдань – 40.

Сумарна оцінка за вивчення дисципліни розраховується як сума поточних оцінок та балів, отриманих за результатами підсумкового семестрового контролю. Загальна сума балів поточного і підсумкового семестрового контролю складає 100.

Критерії оцінювання відповідей заліку:

Час виконання – до 90 хвилин

Теоретичне питання – 20 балів

Творче питання – 20 балів

УВАГА! У разі використання заборонених джерел студент на вимогу викладача залишає аудиторію та одержує загальну нульову оцінку (0).

У разі настання/подовження дії обставин непоборної сили (в тому числі запровадження жорстких обмежень з заборонаю відвідування ЗВО) здобувачам вищої освіти денної та заочної форм навчання надається можливість скласти залік дистанційно на платформі Moodle в дистанційному курсі «Репутаційний менеджмент», режим доступу: <https://moodle.karazin.ua/course/view.php?id=14345> . В цьому випадку заліковий білет складається з 40 тестових питань. Кожна віра відповідь оцінюється в 1 бал.

9. Схема нарахування балів

Структура та складові підсумкової оцінки з дисципліни:

Вивчення тем – 60 балів (виконання 10 завдань)

Підсумковий контроль – 40 балів (з них: відповідь на теоретичне питання - 20 балів; творче питання - 20 балів) . У разі складання заліку дистанційно на платформі Moodle в дистанційному курсі «Рекреаційний менеджмент», режим доступу: <https://moodle.karazin.ua/course/view.php?id=14345> заліковий білет складається з 40 тестових питань. Кожна віра відповідь оцінюється в 1 бал.

Денна/ заочна форми навчання

Поточний контроль, самостійна робота									разом	залік	Сума
T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	Тестовий контроль	60 мін. 30	40	100 мін. 50
6	6	6	6	6	6	6	6	12			

Оцінювання здійснюється за такими критеріями:

1 бал – студент присутній на занятті, але активності не проявляє, відповіді фрагментарні або поверхові.

2 бали – відповідає на окремі запитання, однак із неточностями, демонструє лише часткове знання матеріалу.

3 бали – дає правильні відповіді на базовому рівні, бере участь у дискусії, проте без глибокого аналізу.

4 бали – відповіді аргументовані, із використанням теоретичних знань та прикладів, проявляє помірну активність у дискусії.

5 балів – активна участь у семінарі, правильні та логічні відповіді, застосування додаткових джерел інформації, наявність власних міркувань.

6 балів – максимально повні та аргументовані відповіді, глибокий аналіз, наведення доречних прикладів, висока активність і ініціативність у дискусії.

Умови допуску студента до підсумкового семестрового контролю (заліку): написання поточноготестового контролю та робота на семінарських заняттях за результатами яких він набрав не менше 30 балів.

Підсумковий семестровий контроль

Підсумковий семестровий контроль – це підсумкове оцінювання результатів навчання здобувача вищої освіти за семестр, що здійснюється в університеті у формі заліку та екзамену. На підсумковий семестровий контроль виносяться питання, що передбачають перевірку розуміння здобувачами вищої освіти програмного матеріалу дисципліни в цілому та рівня сформованості відповідних компетентностей після опанування курсу.

Підсумковий контроль 40 балів, в т. ч:

Теоретичне питання – 20 балів

Критерії оцінювання:

0–4 бали – відповідь фрагментарна, відсутнє розкриття основних понять, є суттєві помилки.

5–8 балів – подано загальні положення, частково розкрито зміст, наявні неточності,

неповна логіка викладу.

9–12 балів – відповідь достатньо повна, проте без глибокого аналізу, є дрібні неточності.

13–16 балів – відповідь повна, логічна, з прикладами, демонструє розуміння матеріалу, можливі незначні помилки.

17–20 балів – вичерпна відповідь, чітка структура, правильна термінологія, наведено приклади й узагальнення, відсутні суттєві помилки.

Творче питання – 20 балів

Критерії оцінювання:

0–4 бали – відповідь поверхова, відсутній аналіз або авторське бачення, немає прикладів.

5–8 балів – спроба власного осмислення, але аналіз обмежений, приклади часткові або не зовсім доречні.

9–12 балів – наявне логічне викладення, застосування теоретичних знань, наведено окремі приклади, проте глибина аналізу недостатня.

13–16 балів – повноцінна відповідь із чітким аналізом, наведені приклади з практики, присутні елементи критичного мислення.

17–20 балів – креативна, аргументована та логічно вибудована відповідь, глибокий аналіз, наведені доречні приклади та узагальнення, проявлені самостійність і критичність мислення.

За підсумками поточного і підсумкового контролю студент може набрати від 0 до 100 балів включно. Мінімальна кількість балів, які повинен набрати студент для одержання заліку, становить 50 балів. Бали за відповіді на теоретичні питання викладач виставляє на оголошенні залікових оцінок після усної співбесіди. Національна шкала ґрунтується на рейтингу здобувачів вищої освіти у складі потоку/курсу:

– здобувачам вищої освіти, які повністю оволоділи програмою навчальної дисципліни на творчому рівні, можуть дати відповіді на всі питання курсу, опанували рекомендовану літературу, виставляють оцінку *відмінно*. При цьому оцінку – 100 балів, як виняток, можуть отримати тільки здобувачі вищої освіти, які, крім відмінних знань за програмою дисципліни, виявили активність в науково-дослідній роботі за тематикою курсу, стали призерами студентських олімпіад, виступали на конференціях тощо;

– здобувачам вищої освіти, які оволоділи програмою навчальної дисципліни на творчому рівні, проте у відповідях допустили неточності, ставлять оцінку *добре*;

– здобувачам вищої освіти, які показали задовільні результати оволодіння навчальною програмою дисципліни на репродуктивному рівні й при відповідях допускають помилки, ставлять оцінку *задовільно*;

– здобувачі вищої освіти, які за результатами вивчення дисципліни отримали *незадовільні оцінки*, повинні додатково виконати індивідуальні завдання для підвищення рівня своїх знань і повторно перескласти підсумковий контроль.

Шкала оцінювання

Сума балів за всі види навчальної діяльності протягом семестру	Оцінка
	для дворівневої шкали оцінювання
90 – 100	

70-89	зараховано
50-69	
0-49	не зараховано

10. Рекомендована література

Основна література:

1. Дерев'янка О. *Управління репутацією в бізнесі: теорія, методологія, інструментарій, країнові особливості*. К.: Саміт-Книга, 2018. – 336 с.
2. Мельник О. В. *Управління репутацією організації: теоретичні та практичні аспекти*. Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2022. – 280 с.
3. Коваленко І. О. *Корпоративна репутація: стратегії та інструменти управління*. Харків: ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2023. – 310 с.
4. Петренко І. В. *Репутаційний менеджмент у публічному секторі*. Київ: Наукова думка, 2024. – 295 с.
5. Шевченко Т. О. *Інформаційний аудит та репутаційний менеджмент*. Одеса: Одеський національний університет, 2025. – 270 с.
6. Fombrun, C. J., & Van Riel, C. B. M. *Reputation: Realizing Value from the Corporate Image*. Harvard Business Press, 2023. – 400 с.
7. Argenti, P. A., & Druckemiller, B. *Reputation and the Corporate Brand*. McGraw-Hill, 2022. – 350 с.
8. Coombs, W. T., & Holladay, S. J. *The Handbook of Crisis Communication*. Wiley-Blackwell, 2023. – 500 с.
9. Lange, D., Lee, P. M., & Dai, Y. *Organizational Reputation: A Review of the Literature and Implications for Future Research*. Journal of Management, 2024, 50(1), 1-42.
10. Evan Nierman. *Crisis Averted: PR Strategies to Protect Your Reputation and the Bottom Line*. Red Banyan, 2021. – 320 с.

Додаткова література:

1. Кравченко О. М. *Соціальні комунікації в управлінні репутацією*. Харків: ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2022. – 220 с.
2. Гончарова Н. В. *Інтернет-маркетинг та репутаційний менеджмент*. Київ: КНЕУ, 2023. – 250 с.
3. Сидоренко В. В. *Кризовий менеджмент та управління репутацією*. Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2024. – 275 с.
4. Литвиненко І. І. *Репутаційний менеджмент у сфері туризму*. Одеса: Одеський національний університет, 2025. – 230 с.
5. *The Oxford Handbook of Corporate Reputation*. Oxford University Press, 2023. – 600 с.
6. *Reputation Management and Strategic Communication in a Digital Age*. Springer, 2024. – 350 с.
7. *Reputation Management: A Cog for Nurturing Trust and Building Entrepreneurial Success*. ResearchGate, 2023. – 40 с.
8. *Reputation Management and Marketing Strategies for Ukrainian Manufacturers*. ResearchGate, 2023. – 30 с.
9. *Character Assassination Practices in Reputation Management in Wartime in Ukraine in Social Media: The Alexey Arestovich Case*. ResearchGate, 2023. – 25 с.
10. *AI and the Future of Reputation Management*. Status Labs, 2023. – 35 с.

11. Посилання на інформаційні ресурси в Інтернеті, відеолекції, інше методичне забезпечення

1. <https://www.pragmatic.ua> – портал з матеріалами з PR та репутаційного менеджменту.
2. <https://www.prometheus.org.ua> – онлайн-курси та лекції з менеджменту та маркетингу.
3. <https://www.kneu.edu.ua> – матеріали кафедри маркетингу та PR Київського національного економічного університету.
4. <https://www.ukraineprr.org.ua> – ресурси для фахівців у сфері PR та корпоративних комунікацій.
5. <https://www.reputation.com.ua> – практичні кейси та поради з управління репутацією організацій в Україні.
6. <https://www.prsa.org> – Public Relations Society of America, статті та дослідження з PR та репутації.
7. <https://www.reputationinstitute.com> – аналітика, рейтинги та дослідження корпоративної репутації.
8. <https://www.hbr.org> – Harvard Business Review, кейси та статті з управління репутацією.
9. <https://www.springer.com> – наукові книги та журнали з менеджменту, корпоративних комунікацій і репутації.
10. <https://www.researchgate.net> – доступ до наукових публікацій та досліджень у сфері репутаційного менеджменту.
11. <https://statuslabs.com/whitepapers> – аналітичні матеріали про цифрову репутацію та кризовий PR.

12. Особливості навчання за денною формою в умовах подовження дії обставин непоборної сили

В умовах дії форс-мажорних обмежень освітній процес в університеті здійснюється відповідно до наказів/ розпоряджень ректора або за змішаною формою навчання (дистанційно (за затвердженим розкладом занять) на платформі Zoom проводяться всі лекційні заняття; дистанційно на платформі Moodle ((<https://moodle.karazin.ua/course/view.php?id=6545>) проводяться практичні (семінарські), індивідуальні заняття та консультації, контроль самостійної роботи. Складання підсумкового семестрового контролю проводиться дистанційно на платформі Moodle в дистанційному курсі «Репутаційний менеджмент», режим доступу: <https://moodle.karazin.ua/course/view.php?id=14345>.