



СМ 571

РЕПУТАЦИОНЕН МЕНИДЖМЪНТ

Приета: прот. №53 от 22.11.2013 г.

Лектор: Радина Ралчева

АНОТАЦИЯ

Курсът по Управление на репутацията и КСО има теоретико-практическа насоченост. Дава познания в областта на изследването и разбирането на заинтересованите страни, формулирането на посланията и механизмите за изграждане на балансирани отношения не само с медиите, потребителите и служителите, но и с останалите не толкова очевидни публики, което е важно за оптимизирането и ефективността на целия процес.

ОСНОВНИ ЦЕЛИ

Целите са няколко. На първо място – да се информират студентите за спецификата на тези два важни елемента в съвременните публични комуникации, като бъдат комбинирани знания на теория, технология и практика. На второ място – да се формират способности за осъществяване на ефективни дейности по управление на репутацията и добро корпоративно гражданство, използвайки пълния инструментариум на ПР. И на трето място – да се изясни ролята и значението на тези два компонента в съвременното разбиране за добрата работа на ПР-а. Умението за практикуване и интегриране на репутационни техники и КСО политики, както и способността за стратегическото им планиране, ще дадат възможност на студентите за успешна реализация на такива проекти в практиката.

СТАТУТ И СТРУКТУРА

специалност	статут	Кредити	редовно обучение				задочно обучение			
			л	с	у	общ	л	с	у	общ
Стратегически комуникации и медиа мениджмънт	Задължителна	6						30	30	

СЪДЪРЖАНИЕ НА КУРСА

Тема 1. Какво е репутацията? Значение и определение.

Роля на репутацията. Процесът на изграждане на репутацията – етапи. Работни дефиниции.

Тема 2. Заинтересовани страни

Stakeholder's mapping. Деление на заинтересованите страни и функции. Сегментиране и комуникация. Отношения със заинтересованите страни – принципи и рискове.

Тема 3. Основи на корпоративното позициониране.

Мисия и визия – роля и създаване. Цели на организацията. Семдемте S на Макензи. Корпоративната политика и комуникация.

Тема 4. Конкретни комуникационни практики за изграждане на добра корпоративна репутация – Управление на очакванията, word of mouth. Спонсорство, маркетинг, обвързан с кауза (CRM), корпоративна социална отговорност (CSR)

Тема 5. Фактори, които влияят върху репутацията.

Промяна в бизнес контекста – глобализация и информационни потоци. Активи на организациите. Лицата в бизнеса – защо са важни. Създаване на конкретен план за управление на корпоративната репутация.

Тема 6. Управление на корпоративната репутация в онлайн среда – изграждане на корпоративни профили в социалните мрежи – кога и защо това е полезно; комуникация с ключови публики (стари и нови) онлайн; реакции при негативни коментари, агресивна комуникация, комуникация от недоволни публики, включително и при кризи.

Тема 7. Ролята на репутацията в съвременния свят на бизнеса

Оценка на марката – съставни елементи. Роля на репутацията при ситуационен мениджмънт и кризисни комуникации.

Тема 8. Какво е КСО – митове и реалности

Дефиниции за КСО. Основни характеристики. Стандартизация. Премисла на КСО за бизнеса.

Тема 9. Приложение на КСО

КСО в общ план. Как да спечелим подкрепа за КСО практиките. Приложимост на КСО в България от международни и от български компании. „За” или „против” КСО.

Тема 10. Съвременни измерения на КСО.

Концепция за устойчивото развитие и КСО. Аспекти и приложения. Тенденции в КСО.

Тема 11. КСО – приложения

Кампании, при които компании застават зад социални каузи. Разликата между корпоративна филантропия и КСО. Корпоративното доброволчество.

Тема 12. Разработване на КСО политики.

Планиране на КСО – синергия между всички функции в организацията. Дългосрочно планиране и интегритет с основните дейности на организацията.

Тема 13. Нормативна база и роля на НПО сектора, свързани с КСО в България.

Стратегия за КСО, приета от българското правителство. КСО и партньорите в процеса на изграждането ѝ – НПО

Тема 14. Има ли мода в КСО. Кои са актуалните теми.

Зеленият ПР като актуален елемент на КСО. Има ли КСО по задължение или по целесъобразност?

Тема 15. Обобщение на курса

Стратегическа роля на репутацията за развитието на компанията или организацията

ПРЕПОРЪЧИТЕЛНА ЛИТЕРАТУРА

1. Доулинг, Греъм. Създаване на корпоративна репутация. С., Рой Комюникейшън, 2005.
2. Котлър, Филип, Нанси Лий. Корпоративна социална отговорност. С., Рой Комюникейшън, 2011.
3. Скот Кътлип, Алън Сентър. Ефективен Пъблик рилейшънс. С., Рой Комюникейшън, 2007.



СМ 571

РЕПУТАЦИОНЕН МЕНИДЖМЪНТ

Лектор: Радина Ралчева

1. Какво е репутацията? Значение и определение.
2. Заинтересовани страни.
3. Основи на корпоративното позициониране.
4. Конкретни комуникационни практики за изграждане на добра корпоративна репутация.
5. Фактори, които влияят върху репутацията.
6. Управление на корпоративната репутация в онлайн среда.
7. Ролята на репутацията в съвременния свят на бизнеса
8. Какво е КСО – митове и реалности.
9. Приложение на КСО.
10. Съвременни измерения на КСО.
11. КСО – приложения.
12. Разработване на КСО политики.
13. Нормативна база и роля на НПО сектора, свързани с КСО в България.
14. Има ли мода в КСО. Кой са актуалните теми.
15. Обобщение на курса.

ПРЕПОРЪЧИТЕЛНА ЛИТЕРАТУРА

4. Дулинг, Греъм. Създаване на корпоративна репутация. С., Рой Комюникейшън, 2005.
5. Котлър, Филип, Нанси Лий. Корпоративна социална отговорност. С., Рой Комюникейшън, 2011.
6. Скот Кътлип, Алън Сентър. Ефективен Пъблик рилейшънс. С., Рой Комюникейшън, 2007.