

## **ФОРМИРОВАНИЕ НАВЫКОВ УПРАВЛЕНИЯ РЕПУТАЦИЕЙ ОРГАНИЗАЦИИ У СТУДЕНТОВ СПЕЦИАЛЬНОСТИ ПАБЛИК РИЛЕЙШНЗ**

**С.И. Никоноров**

*Національний технічний університет  
“Харківський політехнічний інститут”, Харків*

Развитие рыночных отношений и конкуренции в экономике Украины ставят руководство организаций перед необходимостью изыскивать новые факторы повышения конкурентоспособности и выживания в сложных условиях ведения бизнеса в нашей стране. С развитием гражданского общества возрастает роль и значение репутации, которой компании, фирмы и предприятия пользуются в глазах общественности.

Недооценка важности этого фактора ведет к уменьшению объема прибыли компании в результате потери потенциальных покупателей и снижения лояльности имеющихся, роста текучести кадров, ограничения доступа к финансовым и человеческим ресурсам, ухудшения отношений с органами государственной власти и, в конечном итоге, ставит под вопрос выживание самой компании.

Будущим специалистам в сфере общественных связей необходимо уяснить, что корпоративная индивидуальность скорее отражает стиль команды управления, чем индивидуума. Управление репутацией организации предусматривает практическое владение такими навыками как умение проводить комплексную оценку коммуникативной политики компании и анализировать имидж организации, разрабатывать стратегию ее имиджевого и конкурентного позиционирования, предлагать превентивные меры по антикризисному управлению, оценивать эффективность работы со СМИ. Специалисты ПР должны владеть методами работы с фокус-группами и интервьюирования, уметь проводить опросы, эффективно использовать коммуникационные технологии.

Развитие данных навыков реализуется путем тренингов с обсуждением случаев из практики бизнеса, выполнения ситуативных тестов на основе множественного выбора, проектных работ и других.