

## Секция «Связи с общественностью и теория коммуникации»

### Искусство управления репутацией

**Бормотова Виктория Ильинична**

*Студент*

*Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, Философский факультет, Екатеринбург, Россия*

*E-mail: bormotovav@gmail.com*

Деловая репутация всегда была частью успешной организации, ее «лицом» на рынке товаров и услуг, проводником или препятствием на пути к успешной деятельности. Сегодня репутация – не только средство коммуникации и инструмент общения между организацией и обществом, но и реальный актив, повышающий способность конкурировать с другими компаниями и развиваться в нужном направлении. Из этого можно сделать вывод о том, что деловая репутация имеет колоссальное влияние на материальные аспекты, значимые для компании. А значит, каждая заинтересованная в собственном успехе организация заботится о своей репутации, что говорит об актуальности темы данного доклада, ведь по сути вектором направления деятельности любой компании является успех. С актуальностью вопроса о развитии и укреплении репутации связаны возникновения специалистов в данной области и рост публикаций научных работ, посвященных данной теме.

Предметом данного доклада является управление репутацией, а его объектом – деловая репутация организации.

Цель научной работы – исследовать процесс управления репутацией.

Исходя из цели, можно выделить основные задачи:

1. Дать определение репутации, обосновать ее значение для организации и выявить основные компоненты;
2. Описать каждый из элементов репутации;
3. Описать процессы становления деловой репутации и ее защиты в период кризиса.

По итогам проведенной работы можно сделать вывод о том, что умение организации управлять репутацией гарантирует ей достижение успеха и выполнения поставленных целей. Поэтому сегодня руководителям компаний стоит начать работу над важнейшим активом организаций, несущим не только сиюминутную пользу для дальнейшей деловой деятельности, но и перспективу для дальнейшего успешного развития, - репутацией.

### Литература

1. 1. Грэм Д. Репутация фирмы: создание, управление и оценка эффективности. Пер. с англ. — М.: Консалтинговая группа «ИМИДЖ-Контакт»: ИНФРА-М, 2003. — XXVI, 368 с. — (Серия «Современные консалтинговые технологии»).
2. 2. Сальникова Л.С. Репутация в российском бизнесе: технологии создания и укрепления. — М.: Вершина, 2008 г. — 216 с.
3. 3. Траут Д. Дифференцируйся или умирай! — СПб.: Питер, 2006 г. — 240 с.