

СОДЕРЖАНИЕ

Предисловие	3
РАЗДЕЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ФОРМИРОВАНИЯ ДЕЛОВОЙ РЕПУТАЦИИ В КОММЕРЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЯХ	7
1.1. Понятие, сущность, происхождение и роль деловой репутации в функционировании организации	7
1.2. Классификация и структурно-функциональный анализ деловой репутации организации	26
1.3. Отечественные и зарубежные методы стоимостной оценки деловой репутации бизнеса	46
РАЗДЕЛ 2. ПРОЕКТИРОВАНИЕ И УПРАВЛЕНИЕ ДЕЛОВОЙ РЕПУТАЦИЕЙ ОРГАНИЗАЦИИ В ОТКРЫТОЙ ЭКОНОМИКЕ	63
2.1. Пространственно-контурное планирование деловой репутации в организации	63
2.2. Анализ влияния институционально-информационной среды и бизнес-модели организации на формирование ее деловой репутации ...	70
2.3. Основы репутационного проектирования в коммерческой организации	76
2.4. Юридические аспекты регулирования и защиты деловой репутации организации в информационном обществе	89
РАЗДЕЛ 3. ОСНОВЫ БРЕНДИНГА В КОММЕРЧЕСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ. ОЦЕНКА СИЛЫ БРЕНДА И ЕГО ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЦЕННОСТИ	113
3.1. Понятие бренда. Основные подходы к определению и классификации понятия «бренд»	113
3.2. Методы оценки стоимости бренда	127
3.3. Методы управления брендом	137
3.4. Оценка эффективности (привлекательности, силы) бренда	144
РАЗДЕЛ 4. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ФОРМИРОВАНИЯ ФРАНЧАЙЗИНГОВОЙ БИЗНЕС-МОДЕЛИ	150
4.1. Понятие франчайзинга, его виды и классификация	150
4.2. Отечественный и зарубежный опыт нормативно-правового регулирования договора франчайзинга	157
4.3. Основные этапы формирования проекта франчайзинговой бизнес-модели и оценка ее эффективности.	161
Приложение	171
Литература	185

У67 **Управление деловой репутацией : учебное пособие / С. Н. Лебедева [и др.]; под ред. В. Н. Дорошко. — Минск : Вышэйшая школа, 2020. — 188 с. : ил.**
ISBN 978-985-06-3194-7.

Излагаются теоретико-методологические основы формирования деловой репутации в коммерческих организациях. Рассматриваются проектирование и управление деловой репутацией организации в открытой экономике, а также основы брендинга в коммерческой организации и организационно-методическое обеспечение формирования франчайзинговой бизнес-модели.

Учебное пособие предназначено для лиц, осваивающих образовательные программы переподготовки руководящих работников и специалистов по специальностям «Экономика и управление на предприятии промышленности», «Корпоративное управление», «Управление персоналом», а также будет полезно руководителям и специалистам организаций реального сектора экономики.

УДК 005.336.6(075.8)
ББК 65.290-2я73