Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Андрей Драгомирович Хлутков
Должность: директор
Дата подписания: 03.05.2026 16:50:15
Уникальный программный ключ:
880f7c07c583b07b775f6604a630281b13ca9fd2

Приложение 4

к образовательной программе

# РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.06.02 Основы репутационного менеджмента
(индекс, наименование дисциплины в соответствии с учебным планом)

38.03.02 Менеджмент
(код, наименование направления подготовки/специальности)

Стратегический менеджмент
(наименование образовательной программы)

Очная/очно-заочная
(форма обучения)

Год набора - 2025

Санкт-Петербург

**Автор(ы)-составитель(и) РПД:**

Костанда Анна Владимировна, к.э.н., доцент менеджмента

**Заведующий кафедрой:**

Лабудин Александр Васильевич, доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой менеджмента

Рабочая программа дисциплины Б1.В.ДВ.06.02 Основы репутационного менеджмента на заседании кафедры менеджмента СЗИУ РАНХиГС.

протокол № 7 от «25» августа 2025 г.

## СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы

3. Содержание и структура дисциплины

4. Типы оценочных материалов, показатели и критерии их оценивания

5. Формы аттестации, типовые оценочные материалы для текущего контроля успеваемости обучающихся, критерии и шкалы оценивания по контрольным точкам

6. Формы промежуточной аттестации, критерии и шкала оценивания, типовые оценочные материалы по дисциплине

7. Методические материалы по освоению дисциплины

8. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

9. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

## 1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Дисциплина Б1.В.ДВ.06.02 Основы репутационного менеджмента обеспечивает формирование у обучающихся следующих универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций*:

| **ОТФ/ ТФ и реквизиты ПС** *(при наличии)*** | **Код компетенции **** | **Наименование Компетенции **** | **Код индикатора достижения компетенций **** | **Наименование индикатора достижения компетенций **** | **Образовательный результат **** |
|---|---|---|---|---|---|
| | ПКс ОС-6. | Способен оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели | ПКс ОС-6.2. | Выявляет новые рыночные возможности и формирует новые бизнес-модели | ПКс ОС-6.2. З-1. Знает рыночные стратегии и тактики;<br>ПКс ОС -6.2. У-1. Умеет выявлять новые рыночные возможности; |

** Дисциплина может формировать компетенцию полностью или частично.*
***Должно соответствовать Приложению 1 к образовательной программе*

## 2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы

**Объем дисциплины**

Объем дисциплины и виды учебной работы.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы/108 академических/81 астрономических часов.

Дисциплина реализуется частично с применением дистанционных образовательных технологий (далее – ДОТ).

Доступ к системе дистанционных образовательных технологий осуществляется каждым обучающимся самостоятельно с любого устройства на портале: https://lms.ranepa.ru/. Пароль и логин к личному кабинету/профилю предоставляется студенту в деканате.

Теоретические занятия (лекции) проводятся по потокам. Общий объем лекционного курса составляет 20 академических часов для очной

формы обучения и 10 академических часов для очно-заочной формы обучения.

Практические занятия организуются по группам в виде семинаров в диалоговом режиме. Общий объем практических занятий 24 академических часов для очной формы обучения и 12 академических часов для очно-заочной формы обучения.

Программой предусмотрена самостоятельная работа студентов в объеме 64 академических часа для очной формы обучения и 86 академических часов для очно-заочной формы обучения.

В рамках самостоятельной работы студенты изучают теоретический материал в целях подготовки к устному опросу и тестированию, выполняют профессионально-исследовательское задание, готовятся к организационно-мыслительной игре и практическим контрольным заданиям.

**Место дисциплины в структуре ОП ВО**

Учебная дисциплина Б1.В.ДВ.06.02 Основы репутационного менеджмента относится к дисциплинам по выбору вариативной части Блока 1 «Дисциплины» по направлению 38.03.02 Менеджмент. Дисциплина читается на 4 курсе в 8 семестре по очной форме обучения и на 5 курсе в 10 семестре по очно-заочной форме обучения. Учебная дисциплина базируется на знаниях, полученных на дисциплинах: Маркетинг, Современный менеджмент, Стратегический маркетинг. Знания, полученные в результате освоения дисциплины Б1.В.ДВ.06.02 Основы репутационного менеджмента, используются студентами при изучении дисциплины, могут использоваться при прохождении обучающимися практики по получению первичных профессиональных умений и навыков.

Формы промежуточной аттестации в соответствии с учебным планом – зачет.

## 3. Содержание и структура дисциплины

3.1. Структура дисциплины

*Очная форма обучения*

| № п/п | Наименование тем и (или) разделов | | Объем дисциплины, ак.час | | | | | | | | | | | | Форма текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | ВСЕГО | Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий | | | | | | | | | Самостоятельная работа | | | |
| | | | Период теоретического обучения | | | | | | Период промежуточной аттестации (сессия) | | | | | | |
| | | | Занятия лекционного типа | | Занятия семинарского типа | | ИК | КСР | КЭ | Кат тэк | Контроль | СРкр | СРэк | СР | |
| | | | Л | ВЛ | ЛР | ПЗ | | | | | | | | | |
| Тема 1 | Теоретические основы репутационного менеджмента. | 26 | 4 | | | 6 | | | | | | | | 16 | Т, К |
| Тема 2 | Управление репутацией организации. | 26 | 4 | | | 6 | | | | | | | | 16 | Д,К |

| | | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Тема 3 | Механизмы репутационного менеджмента . | 26 | 4 | | | 6 | | | | | | | 16 | Т,К |
| Тема 4 | Формирования репутации: методы и технологии. | 26 | 4 | | | 6 | | | | | | | 16 | Д,К |
| Промежуточная аттестация | | | | | | | | | 2 | | | | | зачет |
| **Итого** | | 108 | 20 | | | 24 | | | 2 | 0 | | | 64 | |

*Используемые сокращения:*

Л – лекции - занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации обучающимся педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях,).

ВЛ – видео лекции.

ЛР – лабораторные работы.

ПЗ – практические занятия (за исключением лабораторных работ).

ИК – индивидуальные консультации.

КСР – контроль самостоятельной работы

КЭ – консультации перед экзаменом

Каттэк – контактная работа на аттестацию в период экзаменационных сессий

Контроль - контактная работа на аттестацию в период экзаменационных сессий для заочной формы обучения

СРкр – самостоятельная работа на подготовку курсовой работы/ курсового проекта.

СРэк – самостоятельная работа на подготовку к экзамену.

СР – самостоятельная работа в семестре на подготовку к учебным занятиям.

Т – тестирование.

ПКЗ – практические контрольные задания.

ПИЗ – профессионально-исследовательские задания.

Темы 1-4 могут быть освоены с применением ЭО и ДОТ с контролем в системе электронного обучения Академии.

*Очная- заочная форма обучения*

| № п/п | Наименование тем и (или) разделов | | Объем дисциплины, ак.час | | | | | | | | | | | | Форма текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | ВСЕГО | Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий | | | | | | | | | Самостоятельная работа | | | |
| | | | Период теоретического обучения | | | | | | Период промежуточной аттестации (сессия) | | | | | | |
| | | | Занятия лекционного типа | | Занятия семинарского типа | | ИК | КСР | КЭ | Кат тэк | Контроль | СРкр | СРэк | СР | |
| | | | Л | ВЛ | ЛР | ПЗ | | | | | | | | | |
| Тема 1 | Теоретические основы репутационного менеджмента. | 25 | 2 | | | 3 | | | | | | | | 20 | т, к |
| Тема 2 | Управление репутацией организации. | 27 | 2 | | | 3 | | | | | | | | 22 | Д,К |
| Тема 3 | Механизмы репутационного менеджмента . | 27 | 4 | | | 3 | | | | | | | | 22 | т,к |

| | | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Тема 4 | Формирования репутации: методы и технологии. | 27 | 2 | | | 3 | | | | | | | 22 | Д, К |
| Промежуточная аттестация | | | | | | | | | 2 | | | | | зачет |
| **Итого** | | 108 | 10 | | | 12 | | | 2 | 0 | | | 86 | |

*Используемые сокращения:*

Л – лекции - занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации обучающимся педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях,).

ВЛ – видео лекции.

ЛР – лабораторные работы.

ПЗ – практические занятия (за исключением лабораторных работ).

ИК – индивидуальные консультации.

КСР – контроль самостоятельной работы

КЭ – консультации перед экзаменом

Каттэк – контактная работа на аттестацию в период экзаменационных сессий

Контроль - контактная работа на аттестацию в период экзаменационных сессий для заочной формы обучения

СРкр – самостоятельная работа на подготовку курсовой работы/ курсового проекта.

СРэк – самостоятельная работа на подготовку к экзамену.

СР – самостоятельная работа в семестре на подготовку к учебным занятиям.

Т – тестирование.

ПКЗ – практические контрольные задания.

ПИЗ – профессионально-исследовательские задания.

К- кейс.

Д. – доклад.

Темы 1-4 могут быть освоены с применением ЭО и ДОТ с контролем в системе электронного обучения Академии.

3.2. Содержание дисциплины

**Тема 1. Теоретические основы репутационного менеджмента. ПКс-6.2.**

Понятие репутации. Становление и развитие научного направления и учебной дисциплины. Разработка вопросов репутационных технологий. Виды репутации: индивидуальные репутации, коллективные репутации. Социально-психологический феномен репутации. Нематериальный актив корпоративной репутации и её ценность. Репутация как свойства и черты субъекта. Репутация как проявленные характеристики в практической деятельности субъекта. Репутация как оценка целевой аудитории. Особенности репутации. Проблема позиционирования корпоративной социальной ответственности. Деловая репутация и репутация, вырабатываемая в условиях неделовой обстановки. Репутация как компонент гудвилла ("goodwill").

**Тема 2. Управление репутацией организации. ПКс-6.2.**

Репутация как ресурс управления. Разработка репутационной политики организации. Определение репутационных характеристик и факторов, влияющих на процесс создания корпоративной репутации. Стратегия удачного конкурентного позиционирования корпоративной репутации: проблемы создания и развития. Корпоративная культура и её значение в создании корпоративной репутации. Использование вторичных ассоциаций для улучшения корпоративной репутации. Корпоративная коммуникация и её роль в формировании репутации компании. Кризис репутационной политики организации: причины появления и возможности разрешения. Антикризисная репутационная система управления: вопросы анализа ситуации и принятия антикризисных решений. Репутационная безопасность: технология разработки и реализации. Создание кризисной коммуникационной стратегии и её основные этапы: информационная реакция; беседа с журналистами; демонстрация сожаления. Коммуникационные стратегии защиты благоприятной репутации.

**Тема 3. Механизмы репутационного менеджмента. ПКс-6.2.**

Стратегический анализ и репутационный менеджмент. Репутация как средство повышения доверия к субъекту коммуникации. Заинтересованность и увеличение доверия как ключевые механизмы репутационного менеджмента. Репутация как средство интенсификации коммуникации между субъектом репутации и общественностью. Альтернативные подходы к управлению корпоративными репутациями. Основные факторы, влияющие на выбор данных подходов. Основные этапы оценки корпоративного имиджа и репутации. Проблема изменения корпоративной репутации.

**Тема 4. Формирования репутации: методы и технологии. ПКс-6.2.**

Методы управления репутацией и ее изменения Теоретический уровень разработки репутационных технологий: определение и применение общих и специальных социальных законов. Анализ и использование общих методов и принципов управленческой науки. Систематизация, классификация и технологии создания и упрочения корпоративной репутации. Практический уровень разработки репутационных технологий: определение компонентов системы коммуникационного менеджмента и их внедрение применительно к конкретному случаю управления репутациями. Выработка алгоритма последовательности применения сочетаемости компонентов и других условий последовательного воздействия как на конкретного субъекта репутации, так и на целевую аудиторию. Основные правила разработки прикладной технологии репутационного менеджмента.

## 4. Типы оценочных материалов, показатели и критерии оценивания

1.1. Оценочные материалы по дисциплине Б1.В.ДВ.06.02 Основы репутационного менеджмента входят в состав оценочных материалов по образовательной программе. Совокупность оценочных материалов по всем дисциплинам образовательной программы составляет фонд оценочных средств (далее – ФОС). ФОС используется при проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся с целью оценивания достижения обучающимися планируемых результатов обучения.

4.2. ФОС разработан как комплекс проверочных заданий различного типа и уровня сложности, включает критерии и шкалы оценивания, а также «ключи» правильных ответов. ФОС формируется как отдельный документ и хранится в электронном виде, доступ к ФОС предоставлен ограниченному кругу лиц.

4.3. Для самостоятельной работы обучающихся при подготовке к текущему контролю успеваемости и промежуточной аттестации в рабочих программах дисциплин размещены типовые проверочные задания, которые можно условно разделить на задания закрытого, комбинированного и открытого типов.

Задания закрытого типа — это тестовые задания, в которых каждый вопрос сопровождается готовыми вариантами ответов, из которых необходимо выбрать один или несколько правильных.

Задания комбинированного типа – это тестовые задания, в которых каждый вопрос сопровождается готовыми вариантами ответов, из которых необходимо выбрать один или несколько правильных и обосновать свой выбор.

Задания открытого типа — это задания, в которых на каждый вопрос

должен быть предложен развернутый обоснованный ответ.

В зависимости от типа задания рекомендованы определенная последовательность выполнения и система оценивания выполнения заданий.

## 4.4. Типы заданий, сценарии выполнения, критерии оценивания

| ТИП ЗАДАНИЯ | ИНСТРУКЦИЯ | СЦЕНАРИИ ВЫПОЛНЕНИЯ | КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ |
|---|---|---|---|
| Задание закрытого типа с выбором одного правильного ответа из нескольких вариантов предложенных | Прочитайте текст, выберите правильный ответ | 1.Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.<br>2. Внимательно прочитать предложенные вариант-ты ответа.<br>3. Выбрать один верный ответ.<br>4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа (например, 3 или В). | Ответ считается верным, если правильно указана цифра или буква |
| Задание закрытого типа на установление соответствия | Прочитайте текст и установите соответствие | 1.Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидаются пары элементов.<br>2. Внимательно прочитать оба списка: список 1 – вопросы, утверждения, факты, понятия и т.д.;<br>список 2 – утверждения, свойства объектов и т.д.<br>3. Сопоставить элементы списка 1 с элементами списка 2, сформировать пары элементов.<br>4. Записать попарно буквы и цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа (например, А1 или Б4). | Ответ считается верным, если правильно указаны цифры или буквы |
| Задание закрытого типа с выбором нескольких | Прочитайте текст, выберите правильные ответы | 1.Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается несколько правильных ответов из предложенных вариантов. | Ответ считается верным, если правильно установлены все соответствия (позиции из |

| | | | |
|---|---|---|---|
| правильных ответов из нескольких вариантов предложенных | | 2. Внимательно прочитать предложенные вариант-ты ответа.<br>3. Выбрать несколько правильных ответов.<br>4. Записать только номера (или буквы) выбранного варианта ответа (например, 1 4 или А Г). | одного столбца верно сопоставлены с позициями другого) |
| Задание закрытого типа на установление последовательности | Прочитайте текст и установите последовательность | 1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается последовательность элементов.<br>2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.<br>3. Построить верную последовательность из предложенных элементов.<br>4. Записать буквы/цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа в нужной последовательности (например, БВА или 135). | Ответ считается верным, если правильно указана вся последовательность цифр |
| Задание комбинированного типа с выбором одного правильного ответа из предложенных и обоснованием выбора | Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа | 1.Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.<br>2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.<br>3. Выбрать один верный ответ.<br>4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа. | Ответ считается верным, если правильно указана цифра или буква и приведены корректные аргументы, используемые при выборе ответа |

| | | | |
|---|---|---|---|
| | | 5. Записать аргументы, обосновывающие выбор ответа (например, 4 текст обоснования). | |
| Задание открытого типа с развернутым ответом | Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ | 1. Внимательно прочитать текст задания и понять суть вопроса.<br>2.Продумать логику и полноту ответа.<br>3.Записать ответ, используя четкие компактные формулировки.<br>4.В случае расчетной задачи, записать решение и ответ | Ответ считается верным:<br>1. Отсутствие фактических ошибок.<br>2. Раскрытие объема используемых понятий (полнота ответа).<br>3.Обоснованность ответа (наличие аргументов).<br>4. Логическая последовательность излагаемого материала. |

4.5. Общая шкала оценивания результатов текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся с применением БРС

| **Итоговая балльная оценка** | **Традиционная система** | **Бинарная система** | **ECTS** | |
|---|---|---|---|---|
| | | | **Для традиционной системы** | **Для бинарной системы** |
| 95-100 | Отлично | Зачтено | A | P/ Passed |
| 85-94 | | | B | P/ Passed |
| 75-84 | Хорошо | | C | P/ Passed |
| 65-74 | | | D | P/ Passed |
| 55-64 | Удовлетворительно | | E | P/ Passed |
| 0-54 | Неудовлетворительно | Не зачтено | F | F/Failed |

Соотношение баллов за текущий контроль успеваемости и промежуточную аттестацию, а также повторную промежуточную аттестацию:

| Максимальная сумма баллов за текущий контроль успеваемости | Максимальная сумма баллов за промежуточную аттестацию | Максимальная итоговая балльная оценка | Максимальная сумма баллов за повторную промежуточную аттестацию |
|---|---|---|---|
| 60 баллов | 40 баллов | 100 баллов | 100 баллов |

## 5. Формы аттестации, типовые оценочные материалы для текущего контроля успеваемости обучающихся, критерии и шкалы оценивания по контрольным точкам

5.1. В ходе реализации дисциплины используются следующие формы текущего контроля успеваемости обучающихся (в том числе, задания к контрольным точкам):

Т – тестирование, Д-доклад, К- кейс

### Тема 1. Теоретические основы репутационного менеджмента. ПКс-6.2.

***Тестовые задания по теме 1:***

1. Какое из приведённых определений наиболее полно отражает сущность социально-психологического феномена репутации? (выберите единственный правильный ответ)

a) Репутация – это исключительно положительная оценка деятельности человека или организации.
b) Репутация – это совокупность представлений, сложившихся у целевой аудитории об объекте (человеке, организации), основанная на его прошлых действиях, внешних проявлениях и оценках, которая влияет

на будущие взаимодействия.

c) Репутация – это маркетинговый инструмент, используемый для увеличения продаж.
d) Репутация – это формальная должность или статус, присвоенный официальными инстанциями.

2. В контексте репутационного менеджмента, что означает "нематериальный актив корпоративной репутации и её ценность"? (выберите единственный правильный ответ)

a) Это совокупность всех физических активов компании, таких как здания и оборудование.
b) Это способность организации привлекать и удерживать клиентов, партнеров и инвесторов благодаря положительному восприятию, что напрямую влияет на её финансовые показатели и рыночную стоимость.
c) Это затраты на проведение PR-кампаний и рекламы.
d) Это количество сотрудников, обладающих высокой квалификацией.

3.Какая из перечисленных характеристик наиболее точно описывает репутацию как "оценку целевой аудитории"?

a) Репутация – это объективная, не зависящая от мнений характеристика компании.
b) Репутация – это субъективное восприятие объекта (компании, человека) той группой людей, чье мнение имеет для него значение.
c) Репутация – это набор юридических документов, подтверждающих правомерность деятельности.
d) Репутация – это внутренняя оценка руководства компании своих достижений.

***Кейс по теме 1:***

1. Проанализируйте деятельность известной в вашем регионе крупной фирмы. Можно ли отнести данную фирму к социально ответственному бизнесу? Обоснуйте ваш ответ.
2. Приведите примеры спонсорской политики, применяемой российским бизнесом.
3. Понаблюдайте за работой обслуживающего персонала фирмы, которая имеет раскрученный логотип, известность в городе. Проанализируйте свои впечатления. Подтверждает или разрушает существующий имидж увиденное вами? Обоснуйте ответ.

**Тема 2. Управление репутацией организации. ПКс-6.2**

***Темы для докладов с презентацией по теме 1***

1. Управление репутацией как фактор повышения конкурентоспособности современной компании
2. Репутационный менеджмент в управлении стоимостью компании
3. Информационное обеспечение управления репутацией.
4. Понятие, уровни и виды контроля за эффективностью управления репутацией
5. Репутационный менеджмент как одна из задач стратегического управления
6. Управление репутацией компании во внутренней и внешней сред
7. Влияние менеджмента на формировании корпоративной репутации.
8. Искусство и наука управления репутацией.

***Кейс по теме 2.***

Строительство и сдача нескольких жилых комплексов премиум-класса в Москве проходили с незначительной задержкой. Некоторые обязательства по оснащению инфраструктурой тоже были не до конца выполнены. Недовольство покупателей квартир подогревали агитаторы от конкурентов, которые стремились к смене управляющей компании (УК). Задача в том, чтобы спасти репутацию клиента (действующей УК) и не допустить его смещения

**Тема 3. Механизмы репутационного менеджмента. ПКс-6.2**

***Тестовые задания по теме 3:***

1.Какой из перечисленных элементов является основным механизмом репутационного менеджмента, направленным на создание и укрепление позитивного образа организации? (выберите единственный правильный ответ)

a) Агрессивная рекламная кампания с максимальным охватом.
b) Оперативное и честное информирование общественности, основанное на реальных достижениях и ценностях компании.
c) Полное игнорирование критики и негативных отзывов.
d) Создание искусственных инфоповодов для привлечения внимания СМИ.

2.Что является ключевым фактором, влияющим на выбор альтернативного подхода к управлению корпоративной репутацией?

a) Личные предпочтения руководителя компании.
b) Текущее финансовое состояние организации, независимо от отрасли.

c) Отраслевая специфика, размер компании, её целевая аудитория и текущее состояние репутации.
d) Уровень инфляции в стране.

3. Какие этапы последовательно проходят при оценке корпоративного имиджа и репутации?

a) Определение бюджета на PR-кампании, закупка рекламных площадей.
b) Проведение опросов общественного мнения, анализ публикаций в СМИ, мониторинг социальных сетей, изучение отзывов клиентов.
c) Проведение внутреннего тренинга для сотрудников по стандартам обслуживания.
d) Разработка новой визуальной айдентики бренда.

***Кейс по теме 3.***

Вам необходимо ознакомиться с существующими практиками и методическими подходами оценки деловой репутации, и выбрать методику оценки, учитывая ограничения подхода и специфику Вашей сферы деятельности. Затем, по выбранной методике оценить репутацию организации, в которой Вы работаете.

## Тема 4. Формирования репутации: методы и технологии. ПКс-6.2

***Темы для докладов с презентацией по теме 4:***

1. Механизмы репутационного менеджмента.
2. Формирование деловой репутации: этико-правовой аспект
3. Репутационный менеджмент в парадигме маркетинговых концепций
4. Современные подходы и технологии управления репутацией: факторы влияния
5. Инструменты анализа результатов репутационного менеджмента
6. Роль СМИ в формировании репутации фирмы
7. Роль информационной политики фирмы в управлении репутацией
8. Механизмы репутационного менеджментаи средства повышения его эффективности
9. Коммуникационные стратегии защиты репутации.
10. Оценка репутации: качественные и количественные исследования

***Кейс по теме 4.***

Крупная торговая организация, ведущая деятельность во многих регионах РФ, обратилась к Вам после обнаружения ряда негативных упоминаний на сайтах по поиску работы. Гневные отзывы от пользователей, якобы являвшихся сотрудниками данной организации в различных российских регионах, были направлены на дискредитацию деловой

репутации компании как одного из крупнейших работодателей на территории РФ. Вам нужно предложить и обосновать мероприятия, направленные на нейтрализацию негатива и улучшение репутации компании

5.2. Типовые оценочные материалы для текущего контроля успеваемости обучающихся (вне контрольных точек):

приведены в п.6.2.

5.3. Один или несколько тематических блоков дисциплины завершаются контрольной точкой (далее – КТ). Текущий контроль успеваемости по дисциплине предусматривает не менее 2 (двух) и не более 10 (десяти) КТ в течение периода освоения дисциплины.

Максимальное количество баллов за любой тип работ в рамках КТ составляет 100 (сто) баллов.

Распределение весовых коэффициентов по КТ в рамках текущего контроля успеваемости по дисциплине и формулы расчета:

| Наименование контрольной точки | Максимальное количество баллов за работу в рамках КТ, которое может набрать студент | Коэффициент веса контрольной точки | Результат контрольной точки, участвующий в формировании итоговой балльной оценки по дисциплине (отражается в журнале БРС в СДО) |
|---|---|---|---|
| КТ - 1 | 100 | 0,3 | 30 |
| КТ - 2 | 100 | 0,3 | 30 |
| Итого: | х | 0,6 | 60 |

Формула расчета результата контрольной точки:
Результат контрольной точки = Количество баллов за работу в рамках КТ х Коэффициент веса контрольной точки.

5.4. Формы текущего контроля успеваемости обучающихся в рамках КТ и типовые оценочные материалы:

**КТ-1**
**Тема 1-2.**
*Тест*
*Кейс .*

**КТ-2**
**Тема 2- 3.**
*Тест*
*Кейс (К).*

Для каждой формы текущего контроля успеваемости обучающихся в рамках КТ определены критерии оценивания результатов выполнения задания.

1. *Критерии оценивания тестирования:*

| Критерии оценки | Диапазон баллов | Описание критерия |
|---|---|---|
| *Количество правильных ответов* | *0* | *Количество правильных ответов менее 55%* |
| | *25* | *Количество правильных ответов от 55% до 64%* |
| | *50* | *Количество правильных ответов от 65% до 74%* |
| | *75* | *Количество правильных ответов от 75% до 84%* |
| | *100* | *Количество правильных ответов от 85% до 100%* |
| Итого максимально: | 100 | |

2. *Критерии оценивания кейса:*

| Критерии оценки | Диапазон баллов | Описание критерия |
|---|---|---|
| *Содержание и раскрытие выбранных понятий* | *31-50* | *Детальное, последовательное описание всех понятий на примере выбранной системы* |
| | *16-30* | *Поверхностное описание без привязки к выбранной системе* |
| | *0-15* | *Понятия раскрыты минимально или не раскрыты вовсе* |
| *Достоверность и актуальность информации* | *16-20* | *Представленная информация подтверждена ссылками на источники* |
| | *0-15* | *Представленная информация частично подтверждена ссылками на источники или не подтверждена* |
| *Количество* | *30* | *Количество выполненных заданий* |

| | | |
|---|---|---|
| *выполненных заданий* | | *от 85% до 100%* |
| | *15* | *Количество выполненных заданий от 55% до 84%* |
| | *0* | *Количество выполненных заданий менее 55%* |
| Итого максимально: | 100 | |

*3. Критерии оценивания доклада:*

| Критерии оценки | Диапазон баллов | Описание критерия |
|---|---|---|
| *Содержание и раскрытие темы* | *0-20* | *Детальное, последовательное описание всех этапов с конкретными примерами* |
| *Грамотность изложения* | *0-20* | *Соблюдены все правила грамматики, орфографии и пунктуации* |
| *Стилистика* | *0-20* | *Единый стиль изложения, точные формулировки, уместное использование терминов, лаконичность* |
| *Логика изложения* | *0-20* | *Чёткая последовательность изложения, логические связи между частями текста, аргументы подтверждают выводы* |
| *Оригинальность* | *0-20* | *Уникальный подход к теме, нестандартные решения, инновационные идеи, собственная позиция автора* |
| Итого максимально: | 100 | |

5.5. Описание дополнительных материалов и оборудования, необходимых для выполнения проверочных заданий (*при необходимости*).

Для решения задач открытого типа (кейсов, ПКЗ, ПИЗ), тестовых заданий студенту разрешается использование калькулятора; программ для работы с электронными таблицами для обработки, анализа и визуализации данных. Для построения интеллект-карты и моделей в различных нотациях студенту можно использовать любой соответствующий онлайн-инструмент.

## 6. Формы промежуточной аттестации, критерии и шкала оценивания, типовые оценочные материалы по дисциплине

6.1. Промежуточная аттестация проводится в форме **зачета**.

Зачет проводится в форме устного ответа по билетам, каждый билет включает в себя два вопроса. На зачет выносится материал в объеме, предусмотренном рабочей программой учебной дисциплины. При реализации промежуточной аттестации в ЭО/ДОТ может быть использовано тестирование в LMS Moodle с прокторингом. По результатам сдачи зачета проставляются «зачтено», «незачтено» в соответствии с балльно-рейтинговой системой, принятой в СЗИУ.

При реализации промежуточной аттестации в ЭО/ДОТ могут быть использованы следующие формы: устно в ДОТ - в форме обоснованных ответов на задания различного типа; письменно в СДО - в форме письменного решения заданий различного типа; тестирование в СДО.

6.2. Типовые оценочные материалы промежуточной аттестации.

*Вопросы для подготовки к зачету.*

1. Концептуальные основы репутационного менеджмента как теоретическая и практическая разработка вопросов репутационных технологий.
2. Репутация как социальный феномен и понятие.
3. Основные внутренние составляющие репутации и их характеристика.
4. Особенности репутации.
5. Социально-психологический феномен репутации.
6. Характеристика основных видов репутации.
7. Проблема позиционирования корпоративной социальной ответственности: репутация как компонент гудвилла ("goodwill").
8. Репутационная политика организации: определение репутационных характеристик и факторов, влияющих на процесс создания корпоративной репутации.
9. Проблемы создания и развития стратегии удачного конкурентного позиционирования корпоративной репутации.
10. Значение корпоративной культуры в создании корпоративной репутации.
11. Причины появления кризиса репутационной политики организации.
12. Характеристика антикризисной репутационной системы управления.
13. Технология разработки антикризисной коммуникационной стратегии и её основные этапы.
14. Ключевые механизмы репутационного менеджмента и их характеристика.
15. Характеристика альтернативных подходов к управлению корпоративными репутациями и основные факторы, влияющие на выбор данных подходов.
16. Основные этапы оценки корпоративного имиджа и репутации и их описание.

17. Проблема изменения корпоративной репутации и основные задачи стратегического менеджмента по изменению корпоративной репутации.
18. Характеристика возможных моделей изменения корпоративной репутации.
19. Программа корпоративного позиционирования: проблемы разработки и реализации. 20. Проблема установления взаимодействия с клиентурой: управление процессами создания характеристик репутации у субъекта.
21. Проблема воздействия репутационных характеристик на целевую корпоративную аудиторию.
22. Структура оценки корпоративной репутации: её основные элементы.
23. Анализ различных групп целевой корпоративной аудитории.
24. Основные средства воздействия на целевую аудиторию и их характеристика.
25. Медиапланирование как средство повышения эффективности репутационного менеджмента и интенсификации взаимодействия с целевой аудиторией.
26. Слагаемые понятия «гудвилл».
27. Целевые аудитории репутации.
28. Рейтинги репутации.
29. Бизнес-имидж и политический имидж.
30. Структура индивидуального имиджа.
31. Структура корпоративного имиджа.
32. Инструменты мониторинга СМИ.
33. Основные понятия, категории и инструменты проведения репутационного аудита.
34. Методики репутационного аудита.
35. Основные понятия, категории и инструменты проведения коммуникационного аудита.
36. Взаимодействие со СМИ.
37. Корпоративная социальная ответственность и благотворительность.
38. Спонсорство и благотворительность как инструмент продвижения компании и как инструмент репутационного менеджмента.
39. Профессиональная и корпоративная этика.
40. Укрепление авторитета компании в органах власти.

*Типовые задания для зачета.*

Задание 1.

Сеть кофеен проигнорировала жалобу клиента на насекомое в стакане. Пост в соцсетях стал вирусным с хештегом #[НазваниеКофейни]Тараканы.

Задание:

Определите 2 ключевые ошибки компании в этой ситуации и предложите 1 конкретное действие для каждой ошибки, чтобы снизить репутационные потери.

Задание 2

Перед вами 4 инструмента проактивного репутационного менеджмента:
- Регулярный мониторинг упоминаний в медиа и соцсетях
- Разработка и публикация ESG-отчётности
- Создание системы быстрого реагирования на негатив (Crisis Response Team)
- Публичная благотворительная деятельность

Выберите один инструмент, который вы считаете наиболее эффективным для профилактики репутационных кризисов, и обоснуйте свой выбор в 2-х предложениях.

Задание 3.

Производитель электроники столкнулся с массовыми жалобами на перегрев новых смартфонов. Проблема подтвердилась технической экспертизой.

Задание:

Составьте ключевое сообщение (1-2 предложения) для первых официальных коммуникаций с потребителями. Сообщение должно учитывать интересы трёх стейкхолдеров:
- Существующие клиенты
- Потенциальные покупатели
- Акционеры компании

Типовые проверочные задания для самоподготовки обучающегося к промежуточной аттестации:

| ТИП ЗАДАНИЯ | СЦЕНАРИИ ВЫПОЛНЕНИЯ | ТИПОВЫЕ ЗАДАНИЯ |
|---|---|---|
| Задание закрытого типа с выбором одного правильного ответа из нескольких вариантов предложенных | 1.Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.<br>2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.<br>3. Выбрать один верный ответ.<br>4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа (например, 3 или B). | Какой из следующих аспектов считается наиболее важным в репутационном менеджменте?<br>A) Быстрая реакция на негативные отзывы<br>B) Игнорирование негативной информации<br>C) Игровые маркетинговые кампании<br>D) Увеличение числа подписчиков в социальных сетях |
| | | Какой из следующих методов является наиболее эффективным для быстрого реагирования на негативный отзыв в Интернете?<br>a) Удалить негативный отзыв, если это возможно.<br>b) Ответить публично, признав проблему и предложив решение.<br>c) Игнорировать негативный отзыв, чтобы не привлекать к нему внимания.<br>d) Ответить в личных сообщениях, не оставляя следов публичного общения. |
| Задание закрытого | 1.Внимательно прочитать текст | 1. Установите соответствие между термином и его |

<table>
<tr>
<td>типа на установление соответствия</td>
<td>задания и понять, что в качестве ответа ожидаются пары элементов.<br><br>2. Внимательно прочитать оба списка: список 1 – вопросы, утверждения, факты, понятия и т.д.;<br><br>список 2 – утверждения, свойства объектов и т.д.<br><br>3. Сопоставить элементы списка 1 с элементами списка 2, сформировать пары элементов.<br><br>4. Записать попарно буквы и цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа (например, А1 или Б4).</td>
<td>определением в области репутационного менеджмента.
<table>
<tr><td>1) SAR</td><td>a) Процесс создания и поддержания позитивного восприятия бренда через повествование, акцентирующее внимание на его ценностях, истории и миссии.</td></tr>
<tr><td>2) Crisis Management</td><td>b) Активное взаимодействие с различными группами людей или организациями, которые имеют интерес или влияние на вашу компанию, с целью построения доверия и взаимопонимания.</td></tr>
<tr><td>3) Stakeholder Engagement</td><td>c) Стратегии и тактики, направленные на управление негативной информацией о компании или личности в поисковых системах, чтобы минимизировать ущерб репутации.</td></tr>
<tr><td>4) Brand Storytelling</td><td>d) Планирование и реагирование на события, которые могут нанести серьезный ущерб репутации организации, с целью минимизации ущерба и восстановления доверия.</td></tr>
</table>
2. Установите соответствие между терминами и их определением.
<table>
<tr><td>1) Операционный риск</td><td>a) Негативные отзывы, связанные с действиями или поведением менеджеров</td></tr>
<tr><td>2) Репутационный риск, связанный с продуктом</td><td>b) Негативное освещение в СМИ или социальных сетях, вызванное некачественным обслуживанием.</td></tr>
<tr><td>3) Риск коммуникации</td><td>c) Недовольство клиентов качеством, безопасностью или функциональностью товара или услуги, приводящее к отзывам и снижению продаж.</td></tr>
<tr><td>4) Риск, связанный с руководством</td><td>d) Неправильное или неэффективное информирование</td></tr>
</table>
</td>
</tr>
</table>

| | | |
|---|---|---|
| | | общественности о действиях компании, кризисах или продуктах, что может привести к недопониманию или негативной реакции. |
| Задание закрытого типа с выбором нескольких правильных ответов из нескольких вариантов предложенных | 1.Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается несколько правильных ответов из предложенных вариантов.<br>2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.<br>3. Выбрать несколько правильных ответов.<br>4. Записать только номера (или буквы) выбранного варианта ответа (например, 1 4 или А Г). | Какие из перечисленных действий способствуют формированию позитивной репутации организации?<br>a) Регулярное информирование клиентов и партнеров о достижениях компании через новостные рассылки и социальные сети.<br>b) Активное участие сотрудников в корпоративных социальных проектах и волонтерской деятельности.<br>c) Игнорирование негативных комментариев в интернете, чтобы не создавать лишнего шума.<br>d) Обеспечение высокого качества продукции или услуг и постоянное стремление к их улучшению.<br>e) Публикация только положительных отзывов клиентов, скрывая при этом любую критику. |
| | | Какие из следующих действий являются ключевыми элементами в процессе управления кризисными ситуациями, влияющими на репутацию организации?<br>a) Оперативное предоставление достоверной информации всем заинтересованным сторонам.<br>b) Назначение одного ответственного лица для всех коммуникаций по кризису.<br>c) Сокрытие фактов, которые могут быть истолкованы негативно.<br>d) Анализ причин кризиса и разработка мер по предотвращению его повторения.<br>e) Пассивное ожидание, пока ситуация не разрешится сама собой. |
| Задание закрытого типа на установление последовательности | 1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается последовательность элементов.<br>2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.<br>3. Построить верную последовательность из предложенных элементов.<br>4. Записать буквы/цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа в нужной последовательности (например, БВА или 135). | 1. Какие из следующих действий являются ключевыми элементами в процессе управления кризисными ситуациями, влияющими на репутацию организации?<br>a) Оперативное предоставление достоверной информации всем заинтересованным сторонам.<br>b) Назначение одного ответственного лица для всех коммуникаций по кризису.<br>c) Сокрытие фактов, которые могут быть истолкованы негативно.<br>d) Анализ причин кризиса и разработка мер по предотвращению его повторения. |
| | | 2. Определите правильную последовательность этапов создания и внедрения стратегии управления репутацией.<br>a) Определить ключевые сообщения и каналы коммуникации, разработать план действий, мониторить и корректировать стратегию. |

| | | |
|---|---|---|
| | | b) Провести аудит текущей репутации, выявить целевые аудитории и заинтересованные стороны, сформулировать репутационные цели.<br>c) Оценить репутационные риски, разработать план кризисных коммуникаций.<br>d) Проанализировать конкурентов, изучить тренды в отрасли. |
| Задание комбинированного типа с выбором одного правильного ответа из предложенных и обоснованием выбора | 1.Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.<br>2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.<br>3. Выбрать один верный ответ.<br>4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа.<br>5. Записать аргументы, обосновывающие выбор ответа (например, 4 текст обоснования). | 1.Какое действие является первостепенным при обнаружении в сети негативной информации о компании, которая может нанести ущерб репутации? Ответ обоснуйте.<br>a) Незамедлительно удалить всю негативную информацию, используя технические возможности.<br>b) Публично осудить автора негативного отзыва за недостоверную информацию.<br>c) Провести внутренний анализ ситуации, чтобы понять суть проблемы и её обоснованность.<br>d) Игнорировать негативную информацию, полагаясь на то, что она не привлечет внимания. |
| | | 2. Какая из следующих практик является наиболее важной для поддержания долгосрочной положительной репутации бренда? Ответ обоснуйте<br>a) Частое размещение агрессивной рекламы с обещаниями исключительной выгоды.<br>b) Систематическое обеспечение высокого качества продукции/услуг и превосходного клиентского сервиса.<br>c) Регулярное проведение PR-кампаний, направленных на создание "шума" вокруг бренда.<br>d) Скрывать информацию о возможных недостатках продукции, чтобы не отпугнуть потенциальных клиентов. |
| Задание открытого типа с развернутым ответом | 1. Внимательно прочитать текст задания и понять суть вопроса.<br>2.Продумать логику и полноту ответа.<br>3.Записать ответ, используя четкие компактные формулировки.<br>4.В случае расчетной задачи, записать решение и ответ | 1. Дайте определение понятию репутационный менеджмент |
| | | 2. Раскройте сущность управление репутационными рисками |

6.3. Критерии и шкала оценивания на основе БРС.

*Критерии и балльная шкала определяются преподавателем*

| КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ | РЕЗУЛЬТАТ В БАЛЛАХ |
|---|---|
| *Дан полный, в логической последовательности развернутый ответ на поставленный вопрос, где он продемонстрировал знания предмета в полном объеме учебной программы, достаточно глубоко осмысливает дисциплину, самостоятельно, и исчерпывающе отвечает на дополнительные вопросы, приводит собственные примеры по проблематике поставленного вопроса, решил предложенные практические задания без ошибок* | 40 |
| *Дан развернутый ответ на поставленный вопрос, где студент демонстрирует знания, приобретенные на лекционных и семинарских занятиях, а также полученные посредством изучения обязательных учебных материалов по курсу, дает аргументированные ответы, приводит примеры, в ответе присутствует свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа. Однако допускается неточность в ответе. Решил предложенные практические задания с небольшими неточностями.* | 30-39 |
| *Дан ответ, свидетельствующий в основном о знании процессов изучаемой дисциплины, отличающийся недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы, знанием основных вопросов теории, слабо сформированными навыками анализа явлений, процессов, недостаточным умением давать аргументированные ответы и приводить примеры, недостаточно свободным владением монологической речью, логичностью и последовательностью ответа. Допускается несколько ошибок в содержании ответа и решении практических заданий.* | 20-29 |
| *Дан ответ, который содержит ряд серьезных неточностей, обнаруживающий незнание процессов изучаемой предметной области, отличающийся неглубоким раскрытием темы, незнанием основных вопросов теории, несформированными навыками анализа явлений, процессов, неумением давать аргументированные ответы, слабым владением монологической речью, отсутствием логичности и последовательности. Выводы поверхностны. Решение практических заданий не выполнено, т.е. студент не способен ответить на вопросы даже при дополнительных наводящих вопросах преподавателя.* | 0-19 |

6.4. Описание дополнительных материалов и оборудования, необходимых для выполнения проверочных заданий (*при необходимости*).

Для решения задач открытого типа (кейсов, ПКЗ, ПИЗ), тестовых заданий студенту разрешается использование калькулятора; программ для

работы с электронными таблицами для обработки, анализа и визуализации данных. Для построения интеллект-карты и моделей в различных нотациях студенту можно использовать любой соответствующий онлайн-инструмент.

## 7. Методические материалы по освоению дисциплины

Для изучения основных вопросов образовательной программы необходимо конспектировать материалы лекций, работать с рекомендованной преподавателем литературой, а также ресурсами информационно-телекоммуникационной сети «Интернет». Для приобретения навыков активного использования знаний полезно обсуждать плановые и возникающие вопросы, а также решаемые задачи на практических занятиях. Чтобы легче и прочнее усвоить материал следует постоянно использовать конкретные примеры, сравнения из уже полученных областей наук.

Для закрепления изученного материала даны вопросы по каждой теме дисциплины, на которые следует самостоятельно найти ответы.

Важной составной частью учебного процесса в вузе являются практические занятия. Практические занятия проводятся главным образом по дисциплинам, требующим закрепления навыков решения задач, и помогают студентам глубже усвоить учебный материал, приобрести умения применять принципы системного подхода к решению разнообразных задач, определять и оценивать ресурсы и существующие ограничения разного рода проектов.

При подготовке к практическим занятиям необходимо проанализировать конспект лекции, ознакомиться с рекомендованной литературой по соответствующей теме, осуществить подготовку по рекомендованным в рабочей программе вопросам для обсуждения темы, выполнить домашнее задание (при необходимости).

Необходимо помнить, что на лекции обычно рассматривается не весь материал, а только его часть. Остальная его часть восполняется в процессе самостоятельной работы. В связи с этим работа с рекомендованной литературой обязательна. Особое внимание при этом необходимо обратить на содержание основных положений и выводов, объяснение явлений и фактов, уяснение практического приложения рассматриваемых теоретических вопросов. В процессе этой работы студент должен стремиться понять и запомнить основные положения рассматриваемого материала, примеры, поясняющие его, а также разобраться в иллюстративном материале. В процессе подготовки к занятиям рекомендуется взаимное обсуждение материала, во время которого закрепляются знания, а также приобретается практика в изложении и разъяснении полученных знаний, развивается речь. При необходимости

следует обращаться за консультацией к преподавателю (в том числе по электронной почте). Планируя консультацию, необходимо хорошо продумать вопросы, которые требуют разъяснения. Заканчивать подготовку следует составлением плана (конспекта) по изучаемому материалу (вопросу). Это позволяет составить концентрированное, сжатое представление по изучаемым вопросам. Записи имеют первостепенное значение для самостоятельной работы студентов. Они помогают понять построение изучаемого материала, выделить основные положения, проследить их логику. Кроме того, ведение записей способствует превращению чтения в активный процесс, мобилизует, наряду со зрительной, и моторную память. Следует помнить: у студента, систематически ведущего записи, создается свой индивидуальный фонд методических материалов для быстрого повторения изученных вопросов, для мобилизации накопленных знаний. Особенно важны и полезны записи тогда, когда в них находят отражение мысли, возникшие при самостоятельной работе.

После изучения базовых тем курса проводится текущий контроль знаний студентов в виде опроса или письменного тестирования. Типовые тесты и задания по темам дисциплины приведены в специальном разделе данной рабочей программы.

Подготовка к текущему и промежуточному контролю предполагает изучение представленных вопросов к зачету, работу над тестами, представленными в данной рабочей программе, выполнение семестровой проектной работы по применению системного подхода и методов системного анализа к выбранной системе.

Работа в малых группах – это одна из самых популярных форм проведения занятий, так как она дает всем обучающимся (в том числе и стеснительным) возможность участвовать в работе, практиковать навыки сотрудничества, межличностного общения (в частности, умение активно слушать, вырабатывать общее мнение, разрешать возникающие разногласия). Цель данной формы проведения занятий: продемонстрировать сходство или различия определенных явлений, выработать стратегию или разработать план, выяснить отношение различных групп участников к одному и тому же вопросу. В ходе этой работы дополнительно решаются следующие задача: развитие навыков общения и взаимодействия в группе, формирование ценностно-ориентационного единства группы, поощрение к гибкой смене социальных ролей в зависимости от ситуации.

Группа студентов делится на несколько малых групп. Количество групп определяется числом творческих заданий, которые будут обсуждаться в процессе занятия. Малые группы формируются либо по

желанию студентов, либо по родственной тематике для обсуждения. Каждая малая группа обсуждает творческое задание в течение отведенного времени. Основной этап – проведение обсуждения творческого задания. Заслушиваются суждения, предлагаемые каждой малой группой по творческому заданию. Преподаватель дает оценочное суждение и работе малых групп, по решению творческих заданий, и эффективности предложенных путей решения.

В качестве самостоятельной работы студентами выполняется семестровая работа по применению системного подхода и методов системного анализа к выбранной системе по всем темам. Рекомендуется выбрать организационно-техническую систему. Перед выполнением задания по теме 1 выбранную систему необходимо согласовать с преподавателем. При выполнении заданий по темам могут использоваться представленные студентом материалы по предыдущим темам. Выполненная семестровая работа представляется студентом на открытой защите на промежуточной аттестации.

## 8. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет

8.1. Основная литература

1. Логинова, А. К. Имиджелогия / А. К. Логинова. — 3-е изд., стер. — Санкт-Петербург : Лань, 2024. — 72 с. — ISBN 978-5-507-47306-9. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/359831 (дата обращения: 28.04.2024). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

2. Сальникова, Людмила Сергеевна. Репутационный менеджмент : современные подходы и технологии : учебник для вузов / Л. С. Сальникова. - 4-е изд., перераб. и доп. - Москва : Юрайт, 2021. - 313 с. - Текст: электронный. - URL: https://urait.ru/book/reputacionnyy-menedzhment-sovremennye-podhody-i-tehnologii-477970. - Режим доступа: для авторизир. пользователей.

3. Рева, В. Е. Управление репутацией : учебное пособие / В. Е. Рева. - 2-е изд., стер. - Москва : Дашков и К, 2020. - 136 с. - ISBN 978-5-394-03524-1. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1232771 (дата обращения: 28.04.2024).

8.2. Дополнительная литература.

1. Карпова, Светлана Васильевна. Брендинг : учебник и практикум для прикладного бакалавриата / С. В. Карпова, И. К. Захаренко ; под общ. ред. С. В. Карповой. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : Юрайт, 2023. - 439 с. -

Текст: электронный. - URL: https://urait.ru/book/brending-532697. - Режим доступа: для авторизир. пользователей.

2. Семенова, Л. М. Имиджмейкинг : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Л. М. Семенова. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 141 с. — (Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-11004-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/444427 (дата обращения: 28.04.2024).

3. Шарков Ф.И. Константы гудвилла: стиль, паблисити, репутация, имидж и бренд фирмы : учебное пособие / Шарков Ф.И.. — Москва : Дашков и К, 2019. — 272 с. — ISBN 978-5-394-03152-6. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/85162.html (дата обращения: 28.04.2024). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

8.3. Нормативные правовые документы.

1. Конституция Российской Федерации" (принята всенародным голосованием 12.12.1993) (с учетом поправок, внесенных Законами РФ о поправках к Конституции РФ от 30.12.2008 N 6-ФКЗ, от 30.12.2008 N 7-ФКЗ, от 05.02.2014 N 2-ФКЗ) // Собр. законодательства Рос.Федерации.- 2014.- № 9, ст. 851.

8.4. Интернет-ресурсы**.**

1. e-Library.ru [Электронный ресурс]: Научная электронная библиотека. – URL: http://elibrary.ru/ (дата обращения: 28.07.2017).
2. Научная электронная библиотека «КиберЛенинка» [Электронный ресурс]. – URL: http://cyberleninka.ru/ (дата обращения: 28.07.2017).
3. Правовая система «Гарант-Интернет» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http: // www.garweb.ru.
4. Правовая система «КонсультантПлюс» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http: // www.consultantru.
5. Электронные учебники электронно-библиотечной системы (ЭБС) «Айбукс» http:// www.nwapa.spb.ru/index.php?page_id=76
6. Статьи из журналов и статистических изданий Ист Вью http://www.nwapa.spb.ru/index.php?page_id=76
7. Электронные учебники электронно-библиотечной системы (ЭБС) «Айбукс» http://www.nwapa.spb.ru/index.php?page_id=76
8. Статьи из журналов и статистических изданий Ист Вью http://www.nwapa.spb.ru/index.php?page_id=76

## 9. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

| № п/п | Наименование |
|---|---|
| 1. | Специализированные залы для проведения лекций, оснащенные персональным компьютером/ноутбуком и мультимедийным проектором |
| 2. | Аудитории и компьютерные классы, оборудованные посадочными местами и персональными компьютерами с выходом в Интернет для проведения практических занятий |
| 3. | «МТС Линк» — российская платформа для онлайн-коммуникаций и совместной работы команд ; «Яндекс Телемост» — сервис для видеоконференций от Яндекса; Я-мессенджер |
| 4. | Технические средства обучения: персональные компьютеры; программные средства, обеспечивающие просмотр видеофайлов в форматах AVI, MPEG-4, DivX, RMVB, WMV; программы для работы с электронными таблицами для обработки, анализа и визуализации данных; соответствующие онлайн-инструменты для построения интеллект-карты и моделей в различных нотациях |
| 5. | Научная библиотека (в т.ч. электронные информационные ресурсы научной библиотеки) |
| 6. | СДО Академии https://lms.ranepa.ru/ |