

*Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего  
образования «Северо-Осетинский государственный университет  
имени Коста Левановича Хетагурова»*

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ  
«Репутационный менеджмент»**

**Направление 38.04.02 Менеджмент**  
Программа "Маркетинг, реклама и связи с общественностью"

**Квалификация (степень) выпускника – магистр**

Владикавказ

2022

Программа составлена в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом по направлению 38.04.02, утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12.08.2020 г. N 952, учебным планом подготовки по направлению 38.04.02, Программа «Маркетинг, реклама и связи с общественностью», утвержденным Ученым советом ФГБОУ ВО «СОГУ» (протокол № 11 от 29.04.2021)

Составители: к.с/х н, ст.преподаватель Аббаева С.К.

Рабочая программа обсуждена и утверждена на заседании кафедры менеджмента, маркетинга и туризма

(протокол от «14» апреля 2022 г. № 5).

Одобрена советом факультета экономики и управления

(протокол от «20» апреля 2022 г. № 8)

*Рабочая программа дисциплины принята в составе основной профессиональной образовательной программы решением ученого совета 31.05.2022, протокол № 13.*

## 1. Структура и общая трудоемкость дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачётные единицы. (108 час.).

|                          | Очная Форма обучения |
|--------------------------|----------------------|
| Курс                     | 2                    |
| Семестр                  | 3                    |
| Лекции                   | -                    |
| Практические занятия     | 38                   |
| Лабораторные занятия     | -                    |
| Консультации             |                      |
| Итого аудиторных занятий | 38                   |
| Самостоятельная работа   | 70                   |
| Курсовая работа          | -                    |
| Зачет                    | +                    |
| Экзамен                  | -                    |
| Общее количество часов   | 108 час.             |

## 2. Цели освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины «Репутационный менеджмент» является изучение комплекса работ с имиджем и репутацией компании с учетом внешней и внутренней PR поддержки. Рассмотрим три ключевых направления ORM.

1. Формирование имиджа компании - относится как к внешней (что видят потенциальные покупатели), так и внутренней (HR-бренд, что видят потенциальные сотрудники) репутации.
2. Поддержка имиджа компании.
3. Защита имиджа компании.

Задачи репутационного менеджмента

А теперь о задачах, которые решает ORM – online reputation management. При работе с имиджем бренда в интернете могут ставиться всевозможные задачи, основные из них :

- контроль и оперативная обработка негатива;
- работа с нерелевантным контентом и разрешение конфликтных ситуаций;
- объективная оценка того, как воспринимают бренд и его конкурентов потребители;
- поддержка и стимулирование положительного мнения;
- комьюнити-менеджмент;
- выращивание амбассадоров и адвокатов бренда;
- нивелирование ссылок негативной тональности в ТОПе выдаче.
- повышение цитируемости и узнаваемости бренда.

Этапы реализации репутационного менеджмента

Не стоит забывать, что меры ORM должны, во-первых, работать в комплексе, а во-вторых, осуществляться планомерно. Традиционно выделяют три этапа реализации репутационного менеджмента:

1. Исследовательская работа. На данном этапе происходит аудит текущей внутренней и внешней репутации фирмы, определение особенностей деятельности компании. Дается оценка имиджу бренда и его конкурентам.
2. Формирование стратегии. Здесь происходит постановка целей и задач на основе выполненного ранее анализа, а также определение инструментария и фиксирование конкретных сроков.

3. Непосредственно реализация мероприятий по определенной ранее стратегии. Анализ эффективности и корректировка стратегии. Пул инструментов и подходы должны подвергаться регулярной оптимизации и качественному улучшению.

### 3. Место дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина «Репутационный менеджмент» относится к дисциплинам Блок

1. Дисциплины (модули) . Часть, формируемая участниками образовательных отношений . Б1.В.08.

### 4. Требования к результатам освоения дисциплины

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины.

В результате изучения дисциплины обучающийся должен обладать следующими компетенциями (результатами освоения образовательной программы):

Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки (УК-6).

Взаимосвязь планируемых результатов обучения по дисциплине с формируемыми компетенциями ОПОП:

| Компетенции |   | Планируемые результаты обучения, соответствующие формируемым компетенциям ОПОП |  |  |
|-------------|---|--|--|--|
| Код         | Формулировка  | Знать:   | Уметь  | Владеть:   |
| УК-6        | Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки | Знает о процессах самоорганизации и самообразования.                           | Планировать цели и устанавливать приоритеты при выборе способов принятия решений с учетом условий, средств, личностных возможностей и временной перспективы достижения; осуществления деятельности | Приемами саморегуляции эмоциональных и функциональных состояний при выполнении профессиональной деятельности |

При проведении учебных занятий обеспечивается развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств (включая при необходимости проведение интерактивных лекций, групповых дискуссий, ролевых игр, тренингов, анализ ситуаций и имитационных моделей, преподавание дисциплин (модулей) в форме курсов, составленных на основе результатов научных исследований, в том числе с учетом региональных особенностей профессиональной

деятельности выпускников и потребностей работодателей).

## 5. Содержание и учебно-методическая карта дисциплины

Таблица 5.1

| Номер недели | Наименование тем (вопросов), изучаемых по данной дисциплине    | Занятия |    | Самостоятельная работа студентов   |      | Формы контроля  | Литература       |
|--------------|--|---------|----|--|------|---|------------------|
|              |  | л       | пр | Содержание   | Часы |   |                  |
| 1.           | Понятие репутации и её виды.                                   |         | 2  |  |      | Устный опрос, сообщения по вопросам темы, доклад, презентация | А - 1-2, Б – 1-3 |
| 2.           | Репутационный менеджмент, как сфера практической деятельности. |         | 2  | Репутация как нематериальный актив капитализации компании. Виды нематериальных активов. Репутация в системе стратегических коммуникаций компании. Репутация и социальный капитал. Практическая ценность репутации. Экономические преимущества положительной репутации. | 4    | Устный опрос, сообщения по вопросам темы, доклад, презентация | А - 1-2, Б – 1-3 |
| 3.           | Имидж, как основа для формирования репутации.                  |         | 2  | Индивидуальный и корпоративный имидж. Бизнес-имидж и политический имидж. Архетипические структуры имиджа. Понятие совокупного имиджа. Использование в корпоративном позиционировании имиджа страны, отрасли, партнера по бизнесу.                                      | 4    | Устный опрос, сообщения по вопросам темы, доклад, презентация | А - 1-2, Б – 1-3 |

|    |   |  |   |   |   |   |                             |
|----|---|--|---|---|---|---|-----------------------------|
| 4. | Корпоративная культура организации.                             |  | 2 | Корпоративная философия.<br>Корпоративная миссия.<br>Корпоративные ценности.<br>Корпоративная стратегия.  | 4 | Устный опрос, сообщения по вопросам темы, доклад, презентация | <b>А - 1-2,<br/>Б – 1-3</b> |
| 5. | Методы и технологии формирования репутации.                     |  | 2 | Определение репутационной стратегии. Объекты репутационных стратегий (руководство компании; сотрудники компании; продукция или услуги компании; достижения компании; финансовые показатели компании).<br>Преимущества, недостатки, условия использования, особенности реализации репутационных стратегий. | 4 | Устный опрос, сообщения по вопросам темы, доклад, презентация | <b>А - 1-2,<br/>Б – 1-3</b> |
| 6. | Корпоративная социальная ответственность, как основа репутации. |  | 2 | Особенности управления репутацией первого лица.<br>Коммуникационный аудит и диагностика.<br>Разработка образа.<br>Работа со СМИ.  | 4 | Устный опрос, сообщения по вопросам темы, доклад, презентация | <b>А - 1-2,<br/>Б – 1-3</b> |
| 7. | Особенности управления репутацией в цифровой сфере.             |  | 2 | Продвижение в деловом сообществе.<br>Продвижение в профессиональном сообществе.<br>Продвижение в компании.<br>Имиджевые и репутационные компоненты программы управления репутацией  | 4 | Устный опрос, сообщения по вопросам темы, доклад, презентация | <b>А - 1-2,<br/>Б – 1-3</b> |

|     |  |  |   |   |   |   |                             |
|-----|--|--|---|---|---|---|-----------------------------|
|     |  |  |   | руководителя.   |   |   |                             |
| 8.  | Репутационный аудит.   |  | 2 | Стратегия социально-ответственного бизнеса России: от корпоративных благотворительных и спонсорских акций, социальных программ (имиджевый эффект) к системе социального партнерства как части стратегии развития бизнеса (укрепление репутации).  | 4 | Устный опрос, сообщения по вопросам темы, доклад, презентация | <b>А - 1-2,<br/>Б – 1-3</b> |
| 9.  | Международные и национальные рейтинги, как элемент формирования и управления репутацией. |  | 2 | Виды спонсорства. Критерии спонсоринга. Требования к спонсируемым проектам. Возможные эффекты спонсорства. Основные направления PR-сопровождения спонсорской помощи (форма оказания помощи, условия спонсирования, использование информационного повода, распространение неформальной информации). «Инвестиционный вариант» спонсорской помощи (шефство). Наиболее часто спонсируемые области. «Подводные камни» спонсорства. | 4 | Устный опрос, сообщения по вопросам темы, доклад, презентация | <b>А - 1-2,<br/>Б – 1-3</b> |
| 10. | Репутационные риски. Управление репутационными рисками.                                  |  | 2 | Социальные программы крупных компаний. Состояние таких  | 4 | Устный опрос, сообщения по вопросам                           | <b>А - 1-2,<br/>Б – 1-3</b> |

|     |   |  |   |  |   |   |                     |
|-----|---|--|---|--|---|---|---------------------|
|     |   |  |   | программ в России. Форматы благотворительных акций. Рекомендации по формированию благотворительного пакета социально ответственной организации. Спонсорство и благотворительность как инструмент продвижения компании и как инструмент репутационного менеджмента. |   | темы, доклад, презентация                                     |                     |
| 11. | Этапы управления рисками.                           |  | 2 | Основные компоненты имиджа руководителя предприятия. Технологии формирования имиджа руководителя предприятия. Факторы, влияющие на имидж руководителя предприятия.   | 4 | Устный опрос, сообщения по вопросам темы, доклад, презентация | А - 1-2,<br>Б – 1-3 |
| 12  | Мониторинг и контроль в системе управления рисками. |  | 2 | Способы управления ими. Ошибки, влияющие на репутацию руководителя. Дресс-код. Правила поведения в типичных ситуациях (деловые переговоры, общение с коллегами и подчиненными, разговор по телефону).  | 4 | Устный опрос, сообщения по вопросам темы, доклад, презентация | А - 1-2,<br>Б – 1-3 |
| 13. | Система кризисного менеджмента.                     |  | 2 | Репутация в сети Интернет. Web-сайт. SERM - система управления репутацией в Сети. Работа с обращениями пользователей в сети  | 4 | Устный опрос, сообщения по вопросам темы, доклад, презентация | А - 1-2,<br>Б – 1-3 |

|     |  |  |   |   |   |   |                     |
|-----|--|--|---|---|---|---|---------------------|
|     |  |  |   | Интернет. Аккаунты в социальных сетях. Блог организации и представителя организации. Официальные сообщества в социальных сетях. Форумы. Правила взаимодействия с общественностью в сети Интернет.   |   |   |                     |
| 14. | Негативная информация: понятие и особенности. Критическая информация. Негативная информация в интернете. |  | 2 | Понятия стоимости нематериальных активов и интеллектуальной собственности. Факторы, влияющие на величину стоимости нематериальных активов и объектов интеллектуальной собственности. Время использования, территория использования и т.д. Выбор вида стоимости в зависимости от целей оценки. Основные принципы и подходы к оценке стоимости нематериальных активов и интеллектуальной собственности. | 4 | Устный опрос, сообщения по вопросам темы, доклад, презентация | А - 1-2,<br>Б – 1-3 |
| 15. | Формирование «антиимиджа» в процессе информационного противостояния.                                     |  | 2 | Репутационные риски: риски потери имиджа, риски потери образа, риски потери репутации. Внутренние и внешние факторы разрыва восприятия образа организации. Последствия репутационных рисков для государственного органа.  | 4 | Устный опрос, сообщения по вопросам темы, доклад, презентация | А - 1-2,<br>Б – 1-3 |

|     |  |  |   |  |   |   |                     |
|-----|--|--|---|--|---|---|---------------------|
| 16. | Стратегия и тактика управления репутационными рисками. |  | 2 | Понятие управление рисками. Принципы и этапы управления рисками. Особенности управления репутационными рисками: цели и задачи. Этапы управления рисками: формирования стратегического видения предприятия; идентификация репутационного риска; оценка репутационного риска (оценка имиджа и репутации), разработка мер управленческого воздействия; мониторинг и контроль в системе управления рисками. Методы анализа и оценки репутационных рисков. Стратегия и тактика управления репутационными рисками. | 4 | Устный опрос, сообщения по вопросам темы, доклад, презентация | А - 1-2,<br>Б – 1-3 |
| 17. | Мониторинг и контроль системы управления рисками.      |  | 2 | Понятие репутационного кризиса. Виды репутационного кризиса. Методы предупреждения и предотвращения репутационного кризиса. Информационная политика в условиях репутационного кризиса. Сценарный подход  | 4 | Устный опрос, сообщения по вопросам темы, доклад, презентация | А - 1-2,<br>Б – 1-3 |
| 18. | Виды спонсорства. Критерии спонсорства. Требования к   |  | 2 |  |   | Устный опрос, сообщения по вопросам                           | А - 1-2,<br>Б – 1-3 |

|            |                                     |  |    |  |    |   |                             |
|------------|-------------------------------------|--|----|--|----|---|-----------------------------|
|            | спонсорским проектам.               |  |    |  |    | темы, доклад, презентация                                     |                             |
| <b>19.</b> | Продвижение продукта в менеджменте. |  | 2  |  | 6  | Устный опрос, сообщения по вопросам темы, доклад, презентация | <b>А - 1-2,<br/>Б – 1-3</b> |
|            | <b>Итого:</b>                       |  | 38 |  | 70 |   |                             |

**Примечания:**

– Все виды учебной работы могут проводиться дистанционно на основании локальных нормативных актов.

– В целях реализации индивидуального подхода к обучению студентов, осуществляющих учебный процесс по индивидуальной траектории в рамках индивидуального рабочего плана, изучение данной дисциплины может осуществляться через индивидуальные консультации преподавателя очно, в часы консультаций, по электронной почте и с использованием платформ дистанционного обучения.

## 6. Образовательные технологии

В соответствии с государственными образовательными стандартами высшего образования реализация учебного процесса должна предусматривать проведение занятий в интерактивных и активных формах. Внедрение этих форм обучения – одно из важнейших направлений совершенствования подготовки студентов в современном вузе. Цель – повышение эффективности образовательного процесса, достижение всеми обучающимися высоких результатов обучения.

Интерактивные формы проведения занятий предполагают обучение в сотрудничестве. Все участники образовательного процесса (преподаватель и студенты) взаимодействуют друг с другом, обмениваются информацией, совместно решают проблемы, моделируют ситуации. Суть использования активных и интерактивных форм проведения состоит в погружении студентов в реальную атмосферу делового сотрудничества по разрешению проблем, оптимальную для выработки навыков и качеств будущего специалиста.

Для решения воспитательных и учебных задач преподавателем могут быть использованы следующие интерактивные формы обучения.

**Традиционные лекции и практические (семинарские) занятия** с использованием современных интерактивных технологий.

**Лекция-диалог** – содержание подается через серию вопросов, на которые студент должен отвечать непосредственно в ходе лекции.

**Онлайн-семинар** – разновидность веб-конференции, проведение онлайн-встреч или презентаций через Интернет в режиме реального времени. Каждый из участников находится у своего компьютера (средства связи), а связь между ними поддерживается через Интернет посредством загружаемого приложения, установленного на компьютере каждого участника.

**Видеоконференция** – сеанс видеоконференцсвязи (ВКС) – это технология интерактивного взаимодействия двух и более участников образовательного процесса для обмена информацией в реальном режиме времени.

**Видео-лекция** – снятая на камеру сокращенная лекция, дополненная фотографиями и схемами, иллюстрирующая подаваемый в лекции материал.

**Технология электронного обучения** (реализуется при помощи электронной образовательной среды СОГУ при использовании ресурсов ЭБС, при проведении автоматизированного тестирования и т. д.).

**Творческое задание** составляет содержание (основу) любой интерактивной формы проведения занятия. Выполнение творческих заданий требует от студента воспроизведения полученной ранее информации в форме, определяемой преподавателем и требующей творческого подхода: 1) подборка примеров из практики; 2) подборка материала по определенной проблеме;

**Публичная презентация проекта** - самый эффективный способ донесения важной информации при публичных выступлениях. Слайд-презентации позволяют эффектно и наглядно представить содержание, выделить и проиллюстрировать сообщение.

**Интерактивная лекция** представляет собой выступление преподавателя перед аудиторией студентов с применением следующих интерактивных форм обучения: 1. управляемая дискуссия или беседа; 2. демонстрация слайдов или учебных фильмов; 3. мозговой штурм; 4. мотивационная речь и др.

**Разработка проекта** позволяет участникам мысленно выйти за пределы аудитории и составить проект своих действий по обсуждаемому вопросу. Участники могут обратиться за консультацией, дополнительной литературой в специализированные учреждения, библиотеки и т.д.

**Проблемное обучение** - поиск ответов на вопросы по теме.

## **7. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы**

Самостоятельная работа обучающихся является одним из видов учебных занятий. Самостоятельная работа проводится с целью:

- систематизации и закрепления полученных теоретических знаний и практических умений обучающихся студентов;
- углубления и расширения теоретических знаний;
- формирования умений использовать нормативную, правовую, справочную документацию и специальную литературу;
- формирования самостоятельности мышления, способностей к саморазвитию, самосовершенствованию и самореализации;
- развития исследовательских умений.

К видам самостоятельной работы при изучении данной дисциплины относятся: написание докладов, эссе, подготовка презентаций, самостоятельное изучение литературы по теме и составление по ней конспектов, работа со справочными материалами (терминологическими и иными словарями, энциклопедиями) и т.д.

Темы и формы внеаудиторной самостоятельной работы, ее трудоёмкость содержатся в разделе 5, табл. 5.1.

Методические рекомендации по дисциплине прилагаются.

## **8. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, рубежной аттестации и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины**

Рабочая программа предусматривает проведение практических занятий, а также следующие виды работ: самостоятельную работу магистрантов по подготовке устных докладов, написанию рефератов, подготовку презентаций и обсуждений по темам дисциплины.

### **Виды контроля.**

Рабочая программа предполагает текущий и промежуточный контроль знаний \

**Текущий контроль** – это непрерывно осуществляемый мониторинг уровня усвоения знаний и формирования умений и навыков в течение семестра или учебного года. Текущий контроль знаний, умений и навыков магистрантов осуществляется в ходе учебных (аудиторных) занятий, проводимых по расписанию.

Формами текущего контроля могут быть *опросы на семинарских, практических и лабораторных занятиях, а также короткие (например, до 15 мин.) задания*, выполняемые студентами в начале лекции с целью проверки наличия знаний, необходимых для усвоения нового материала или в конце лекции для выяснения степени усвоения изложенного материала.

### **Критерии формирования оценок.**

### **Практические занятия**

## 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.
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  
16  
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. Понятие имидж. Психология имиджа.

26. Этапы построения имиджа организации.
27. Возрастные и гендерные особенности имиджа руководителя.
28. Авторитет руководителя и стиль руководства как составные компоненты репутации организации.
29. Соотношение понятий «имидж» и «репутация».
30. Взаимодействие имиджа, бренда и репутации как факторов успешности организации на рынке.
31. Корпоративная культура и философия организации как первый шаг к формированию репутации.

| Уровень сформированности компетенций  |   |   |   |
|---|---|---|---|
| <u>Компетенции не сформированы.</u>   | <u>Компетенции сформированы.</u>  | <u>Компетенции сформированы.</u>  | <u>Компетенции сформированы.</u>  |
| Знания отсутствуют, умения и навыки не сформированы.  | Сформированы базовые структуры знаний. Умения фрагментарны и носят репродуктивный характер. Демонстрируется низкий уровень самостоятельности практического навыка.  | Знания обширные, системные. Умения носят репродуктивный характер, применяются к решению типовых заданий. Демонстрируется достаточный уровень самостоятельности устойчивого практического навыка.  | Знания твердые, аргументированные, всесторонние. Умения успешно применяются к решению как типовых, так и нестандартных творческих заданий. Демонстрируется высокий уровень самостоятельности, высокая адаптивность практического навыка   |
| Описание критериев оценивания   |   |   |   |
| Обучающийся демонстрирует:<br>- существенные пробелы в знаниях учебного материала;<br>- допускаются принципиальные ошибки при ответе на основные вопросы, отсутствует знание и понимание основных понятий и категорий;<br>- непонимание сути дополнительных вопросов в рамках заданий;<br>- отсутствие умения выполнять практические задания, | Обучающийся демонстрирует:<br>- знания теоретического материала;<br>- неполные ответы на основные вопросы, ошибки в ответе, недостаточное понимание сути излагаемых вопросов;<br>- неуверенные и неточные ответы на дополнительные вопросы;<br>- недостаточное владение литературой, рекомендованной программой | Обучающийся демонстрирует:<br>- знание и понимание основных вопросов контролируемого объема программного материала;<br>- твердые знания теоретического материала.<br>- способность устанавливать и объяснять связь практики и теории, выявлять противоречия, проблемы и тенденции развития;<br>- правильные и | Обучающийся демонстрирует:<br>- глубокие, всесторонние и аргументированные знания программного материала;<br>- полное понимание сути и взаимосвязи рассматриваемых процессов и явлений, точное знание основных понятий в рамках обсуждаемых заданий;<br>- способность устанавливать и объяснять связь |

|  |   |  |  |
|--|---|--|--|
| предусмотренные программой дисциплины;<br>- отсутствие готовности (способности) к дискуссии и низкую степень контактности. | дисциплины;<br>- умение без грубых ошибок решать практические задания, которые следует выполнить. | конкретные, без грубых ошибок, ответы на поставленные вопросы;<br>- умение решать практические задания, которые следует выполнить;<br>- владение основной литературой, рекомендованной программой дисциплины;<br>- наличие собственной обоснованной позиции по обсуждаемым вопросам. Возможны незначительные оговорки и неточности в раскрытии отдельных положений вопросов, присутствует неуверенность в ответах. | практики и теории;<br>- логически последовательные, содержательные, конкретные и исчерпывающие ответы на все задания, а также дополнительные вопросы экзаменатора;<br>- умение решать практические задания;<br>- свободное использование в ответах на вопросы материалов рекомендованной основной и дополнительной литературы. |
| <b>Оценка</b><br>«неудовлетворительно» / не зачтено  | <b>Оценка</b><br>«удовлетворительно» / «зачтено»  | <b>Оценка</b><br>«хорошо» / «зачтено»  | <b>Оценка</b><br>«отлично» / «зачтено»   |

## 9. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

### а) основная литература:

1. Барков С.А. Организационное поведение : учебник и практикум для вузов / [и др.] ; под редакцией С. А. Баркова. — Москва : Издательство Юрайт, 2022 — 453 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00926-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511105> (дата обращения: 07.04.2023).

2. Еремеева, Н. В. Конкурентоспособность товаров и услуг : учебник и практикум для вузов / Н. В. Еремеева. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 242 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09362-9. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://biblio-online.ru/bcode/453042>

### б) дополнительная литература:

1. Боголюбова, Н. М. Межкультурная коммуникация в 2 ч. Часть 1 : учебник для вузов / Н. М. Боголюбова, Ю. В. Николаева. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 253 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01744-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://biblio-online.ru/bcode/450881>

2. Боголюбова, Н. М. Межкультурная коммуникация в 2 ч. Часть 2 : учебник для вузов / Н. М. Боголюбова, Ю. В. Николаева. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 263 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01861-5. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://biblio-online.ru/bcode/451662>

3. Рыбников О.И. Психофизиология профессиональной деятельности, учебник для студентов высших учебных заведений, ГРИФ УМО МО РФ. 2014.

4. Связи с общественностью в органах власти : учебник и практикум для вузов / В. А. Ачкасова [и др.] ; под редакцией В. А. Ачкасовой, И. А. Быкова. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 163 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07448-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://biblio-online.ru/bcode/455586>

5. Связи с общественностью в органах власти : учебник для вузов / М. М. Васильева [и др.] ; под редакцией М. М. Васильевой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 366 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04540-6. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://biblio-online.ru/bcode/450085>

**в) электронные библиотечные системы, с которыми у СОГУ имеется действующий договор, современные профессиональные базы, информационные справочные системы:**

– eLIBRARY.RU [Электронный ресурс]: научная электронная библиотека. – URL: <http://www.elibrary.ru>.

– База данных «ЭБС elibrary»: <http://elibrary.ru>

– Издательство «Юрайт» [Электронный ресурс]: электронно-библиотечная система. – URL: <http://biblio-online.ru>.

– Университетская библиотека online [Электронный ресурс]: электронно-библиотечная система. – URL: <http://www.biblioclub.ru>.

**- необходимый для обеспечения данной дисциплины комплект лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства, а также электронные библиотечные системы, с которыми у СОГУ имеется действующий договор:**

| № п/п | Наименование                        | № договора(лицензия)                               | Страна-производитель |
|-------|-------------------------------------|--|----------------------|
| 1.    | Windows 10 Enterprise               | № 4100072800 Microsoft Products (MPSA) от 04.2016г | США                  |
| 2.    | Windows 7 Professional              | № 4100072800 Microsoft Products (MPSA) от 04.2016г | США                  |
| 3.    | OfficeStandard 2016                 | № 4100072800 Microsoft Products (MPSA) от 04.2016г | США                  |
| 4.    | Система тестирования SunravWEBClass | №468 от 03.12.2013 ИП Сунгатулин Р.Т.(бессрочно)   | Россия               |
| 5.    | Программное обеспечение             | № СД/108 от 29.08.2017 (максимум-                  | Россия               |

|     |   |   |                             |
|-----|---|---|-----------------------------|
|     | 1С:Предприятие. Бухгалтерский Учет. Типовая конфигурация 8 сетевая версия | софт) бессрочно   |                             |
| 6.  | Система компьютерной верстки MikTex                                       | Лицензия FSF/Debian (Свободное программное обеспечение) (бессрочно)   |                             |
| 7.  | KasperskyEndpoint Security  | До 22.01.2024   | Россия                      |
| 8.  | Программное обеспечение для редактирования химических формул IsisDraw     | Свободное программное обеспечение(бессрочно)  | США                         |
| 9.  | Система поиска текстовых заимствований «Антиплагиат.ВУЗ»                  | № 6262 от 09.01.2023 (действителен до 31.12.2023г) с ОАО «Анти-Плагиат»   | Россия                      |
| 10. | Программное обеспечение 1С:Предприятие 8.3 Управление торговлей           | №КП /108 от 29.08.2017 с ООО «Максимум»(бессрочно)  | Россия                      |
| 11. | Программное обеспечение 1С:зарплата и кадры гос.учреждения8               | №СД./ №126., 01.07.2020г. «МАКСИМУМ-СОФТ» бессрочно   | Россия                      |
| 12. | Программное обеспечение 1С:бюджет.  | №СД/76 01.03.2017г. «максимум-софт» (бессрочно)   | Россия                      |
| 13. | Автоматизированная система «Управление –Деканат БРС»                      | Свидетельство о государственной регистрации программы для ЭВМ №2015611830 от 06.02.2015г.(бессрочно)                  | СОГУ                        |
| 14. | Программа для ЭВМ «Банк вопросов для контроля знаний»                     | Разработка СОГУ Свидетельство о государственной регистрации программы для ЭВМ №2015611829 от 06.02.2015г. (бессрочно) | СОГУ                        |
| 15. | Планы   | №8867, от09.01.2023г. (09.01.2023г. до 31.12.2023г.) ООО ЛММИС  | Россия                      |
| 16. | VSDESK  | № 210406/01 от 06.04.2021г. ИП И,А.Сергеевич Тех.под. 07.04.2022  | Россия                      |
| 17. | «Галактика»   | от 14.03.2022г (примерная дата)   | Россия                      |
| 18. | DIRECTUMRX – Система электронного документооборота                        | ООО Галактика ИТ договор № 120320/Д/А от 14.03.2022(примерная дата)   | Россия                      |
| 19. | Услуги связи (доступ к сети интернет)                                     | ООО Алком № AL-0044 от 01.02.2022г -31.12.2022г   | Россия                      |
| 20. | MOODLE  | Бесплатное российское   | США (бесплатное российское) |
| 21. | «Галактика РУЗ»   | Лицензия бессрочная Тех.сопровождение от 14.03.2022 г   | Россия                      |
| 22. | Личный кабинет абитуриента  | Лицензия бессрочная Тех.сопровождение от 14.03.2022 г   | Россия                      |
| 23. | Личный кабинет студента/сотрудника  | Лицензия бессрочная Тех.сопровождение от 14.03.2022 г   | Россия                      |
| 24. | Электронная библиотека диссертации и авторефератов                        | <a href="https://dvs.rsl.ru">https://dvs.rsl.ru</a><br>Требуется регистрация в библиотеке                             | Россия                      |

|     |  |  |        |
|-----|--|--|--------|
|     | РГБ(ЭБД РГБ)   | СОГУ   |        |
| 25. | ЭБС"Университетская библиотека ONLINE"   | <a href="https://biblioclub.ru">https://biblioclub.ru</a><br>Требуется регистрация в библиотеке СОГУ               | Россия |
| 26. | ЭБС «Научная электронная библиотека eLibrary.ru»   | <a href="http://elibrary.ru">http://elibrary.ru</a><br>Требуется регистрация в библиотеке СОГУ                     | Россия |
| 27. | Универсальная баз данных EastView  | <a href="https://dlib.eastview.com">https://dlib.eastview.com</a>  | США    |
| 28. | ЭБС «Консультант студента»<br>Студенческая электронная библиотека по медицинскому и фармацевтическому образованию, а также по естественным и точным наукам в целом.            | <a href="http://www.studentlibrary.ru">http://www.studentlibrary.ru</a><br>Требуется регистрация в библиотеке СОГУ | Россия |
| 29. | ЭБС «Юрайт» - образовательная среда, включающая виртуальный читальный зал учебников и учебных пособий от авторов из ведущих вузов России по всем направлениям и специальностям | <a href="http://www.biblio-online.ru">www.biblio-online.ru</a><br>Требуется регистрация в библиотеке СОГУ          | Россия |
| 30. | КЭП (домен на Яндексе)   | бесплатное   | Россия |
| 31. | РусГард  | бесплатное   | Россия |
| 32. | ViPNet   | бесплатное   | Россия |

### Профессиональные базы данных и Интернет-ресурсы:

|   |   |
|---|---|
| Административно-управленческий портал   | <a href="http://www.aup.ru">http://www.aup.ru</a>                                     |
| Электронная библиотека по экономике и управлению  | <a href="http://www.konsalter.ru/biblioteka/">http://www.konsalter.ru/biblioteka/</a> |
| Корпоративный менеджмент. Библиотека управления   | <a href="https://www.cfin.ru">https://www.cfin.ru</a>                                 |
| Образовательный портал для обучения начинающих специалистов практическим основам маркетинга, брендинга и рекламы        | <a href="http://powerbranding.ru">http://powerbranding.ru</a>                         |
| Форум маркетологов, аналитические материалы, магазин исследований и ряд бесплатных сервисов для маркетологов и компаний | <a href="https://www.4p.ru/main/index.php">https://www.4p.ru/main/index.php</a>       |
| Research&Trends: Аналитика маркетологам и исследователям рынка  | <a href="https://www.r-trends.ru">https://www.r-trends.ru</a>                         |

|  |   |
|--|---|
| Некоммерческое партнёрство «Гильдия маркетологов»  | <a href="https://www.marketologi.ru">https://www.marketologi.ru</a>   |
| Объединение исследователей рынка и общественного мнения  | <a href="https://oirom.ru">https://oirom.ru</a>   |
| Электронная библиотека учебников. Раздел: реклама  | <a href="http://studentam.net/content/category/1/48/57/">http://studentam.net/content/category/1/48/57/</a> |
| Портал Всемирного банка. База данных включает более 900 показателей по 210 странам   | <a href="https://data.worldbank.org">https://data.worldbank.org</a>   |
| Крупнейший бесплатный архив электронных публикаций независимого института экономических исследований – Института по изучению труда | <a href="https://www.iza.org/publications/">https://www.iza.org/publications/</a>                           |

#### 10. Материально-техническое обеспечение дисциплины

|  |   |
|--|---|
| <b>Учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также самостоятельной работы обучающихся:</b><br>преподавательский стол; стул; столы обучающихся; стулья; кафедра; классная доска, мультимедийный комплекс (проектор, экран), ноутбук, колонки, программное обеспечение: Adobe flash player 31; Adobe reader 10; Java 6.0; K-Lite Codec Pack; Win rar; Microsoft Office 10; Microsoft Visio 10; Microsoft Visual studio; Kaspersky Endpoint Security для бизнеса | 362025, Республика Северная Осетия-Алания, город Владикавказ, улица Ватутина 46 корп.7 Ауд.311  |
| <b>Учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также самостоятельной работы обучающихся:</b><br>преподавательский стол; стул; столы обучающихся; стулья; кафедра; классная доска, мультимедийный комплекс (проектор, экран), ноутбук, колонки, программное обеспечение: Adobe flash player 31; Adobe reader 10; Java 6.0; K-Lite Codec Pack; Win rar; Microsoft Office 10; Microsoft Visio 10; Microsoft Visual studio; Kaspersky Endpoint Security для бизнеса | 362025, Республика Северная Осетия-Алания, город Владикавказ, улица Ватутина 46 корп.7. Ауд.311 |

|  |   |
|--|---|
| <b>Библиотека, в том числе читальный зал:</b> столы , стулья, ПК обучающихся, программное обеспечение: AdobeFlashPlayer 31; AdobeReader 10; Java 6.0; K-LiteCodecPack; Winrar; MicrosoftOffice 10; MicrosoftVisio 10; MicrosoftVisualstudio; KasperskyEndpointSecurity для бизнеса; Консультант плюс | 362025, Республика Северная Осетия-Алания, город Владикавказ, улица Церетели, 16                |
| <b>Помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования</b>   | 362025, Республика Северная Осетия-Алания, город Владикавказ, улица Ватутина 46. Корп. Ауд. 313 |

### **11. Лист обновления/актуализации**

Программа рассмотрена и утверждена на заседании кафедры от «14» апреля 2022 г. № 5

Программа одобрена на заседании совета факультета от «20» апреля 2022 г., протокол № 8