

**Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА И
ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ
ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**

Институт государственной службы и управления

Кафедра общественных связей и медиаполитики

УТВЕРЖДЕНА

кафедрой общественных связей и
медиаполитики

Протокол от «27» июня 2017 г. № 11

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

**Б1.В.ДВ.5.2 «РЕПУТАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ В
ГОСУДАРСТВЕННОМ И МУНИЦИПАЛЬНОМ УПРАВЛЕНИИ»**

РМ вГМУ

(краткое наименование дисциплины)

38.04.04 Государственное и муниципальное управление

(код, наименование направления подготовки)

Общественные связи и медиаполитика

(направленность (профиль))

магистр

(квалификация)

Очная, очно-заочная, заочная

(форма обучения)

Год набора 2017

Москва, 2017 г.

Автор—составитель:

Профессор, доктор социологических наук, профессор кафедры общественных связей и медиаполитики Шарков Ф.И.

Заведующий кафедрой:

И.О. заведующего кафедрой общественных связей и медиаполитики, доктор социологических наук, профессор Шарков Ф.И.

СОДЕРЖАНИЕ

<u>1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы</u>	4
<u>2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО</u>	5
<u>3. Содержание и структура дисциплины</u>	5
<u>4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине</u>	10
<u>5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины</u>	21
<u>6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", включая перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине</u>	23
<u>6.1. Основная литература</u>	23
<u>6.2. Дополнительная литература</u>	23
<u>6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы</u>	24
<u>6.4. Нормативные правовые документы</u>	25
<u>6.5. Интернет-ресурсы</u>	25
<u>6.6. Иные источники</u>	25
<u>7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы</u>	26

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

1.1. Дисциплина Б1.В.ДВ.5.1 «Репутационный менеджмент в государственном и муниципальном управлении»

обеспечивает овладение следующими компетенциями с учетом этапа:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Освоение компетенции
ДПК-6	умение генерировать идеи, разрабатывать концепции коммуникационных программ, осуществлять руководство коммуникационными кампаниями, использовать профессиональные знания для реализации принципов коммуникативной компетентности, востребованности, социально–правовой защищенности в процессе управления служебной деятельностью сотрудников аппаратов органов государственного и муниципального управления, общественных и других организаций.	ДПК-6.1	Способностью генерировать идеи, разрабатывать концепции коммуникационных программ, осуществлять руководство коммуникационными кампаниями по разработке имиджевой и репутационной политики организации

1.2. В результате освоения дисциплины у студентов должны быть сформированы:

ОТФ/ТФ (при наличии профстандарта)/ трудовые или профессиональные действия	Код этапа освоения компетенции	Результаты обучения
-	ДПК-6-1	на уровне знаний: знает основы творческой и исследовательской деятельности
		на уровне умений: понимает значение творческой составляющей при генерации идей, разработке

		концепции коммуникационных программ
		на уровне навыков: умеет разрабатывать концепции коммуникационных программ, осуществлять руководство коммуникационными кампаниями по разработке имиджевой и репутационной политики организации

2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО

Объем дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины Б1.В.ДВ.5.1 «Репутационный менеджмент в государственном и муниципальном управлении» составляет 3 зачётные единицы, 108 часов. Количество академических часов, выделенных на контактную работу с преподавателем для очной формы обучения составляет 36 часов (лекции - 10 часов, практические занятия – 26 часов); очно-заочной формы обучения составляет 18 часов (4 лекции, 14 – практические занятия), для заочной – 12 часов (2 - лекции, 10 – практические занятия). Самостоятельная работа для очной формы – 72 часа, очно-заочной - 90 часов, для заочной формы обучения – 92 часа.

Место дисциплины в структуре ОП ВО

Дисциплина Б1.В.ДВ.5.1 «Репутационный менеджмент в государственном и муниципальном управлении» относится к числу дисциплин по выбору студентов. Изучение дисциплины Б1.В.ДВ.5.1 «Репутационный менеджмент в государственном и муниципальном управлении» предусмотрено для очной формы обучения в 3 семестре, очно-заочной формы обучения в 4 семестре, по заочной форме обучения – в 3 семестре.

В содержательном плане дисциплина опирается на освоение обучающимися дисциплины: Б1.В.ОД.3 «Современные теории коммуникации» (1 семестр).

Достижение планируемых результатов обучения служит основой для прохождения дисциплины ФТД.1 «Социология общественного мнения».

Форма промежуточной аттестации в соответствии с учебным планом – зачет.

3. Содержание и структура дисциплины

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Объем дисциплины (модуля), час.						Форма текущего контроля успеваемо- сти*, промежудо- чной аттестации
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СР	
			Л	ЛР	ПЗ	КСР		
Очная форма обучения								
1	Имидж: теоретико-терминологический аппарат, история имиджа. Природа целостности эмоционально-образного содержания.	14	2		2		8	
2	Имидж организационных структур: основные	14	2		2		8	О, Д

	характеристики и особенности.							
3	Формирование внешнего и внутреннего имиджа государственных и муниципальных структур.	14	2		2		8	О, Д
4	Имидж и его роль в деятельности государственных и муниципальных структур.	16	2		4		8	О, Д
5	Философия, концептуальные модели имиджа государственных и муниципальных структур.	12			4		10	О
6	Средства и способы формирования внешнего и внутреннего имиджа.	12	2		4		10	ДЗ
7	Сохранение и защита позитивного имиджа государственных и муниципальных структур.	14			4		10	Э
8	Коммуникационный менеджмент в формировании имиджа государственных и муниципальных структур.	12			4		10	Т
	Всего	108	10		26		72	
	Форма промежуточной аттестации							Зачет
	Итого:	108	10		26		72	
<i>Очно-заочная форма обучения</i>								
1	Имидж: теоретико-терминологический аппарат, история имиджа. Природа целостности эмоционально-образного содержания.	16	2		2		12	
2	Имидж организационных структур: основные характеристики и особенности.	14			2		12	О, Д
3	Формирование внешнего и внутреннего имиджа государственных и муниципальных структур.	14			2		12	О, Д
4	Имидж и его роль в деятельности государственных и муниципальных структур.	14			2		12	О, Д
5	Философия, концептуальные модели имиджа государственных и муниципальных структур.	12			2		10	О

	муниципальных структур.							
6	Средства и способы формирования внешнего и внутреннего имиджа.	14	2				12	ДЗ
7	Сохранение и защита позитивного имиджа государственных и муниципальных структур.	12			2		10	Э
8	Коммуникационный менеджмент в формировании имиджа государственных и муниципальных структур.	12			2		10	Т
	Всего	108	4		14		90	
	Форма промежуточной аттестации							Зачет
	Итого:	108	4		14		90	

*Формы текущего контроля: опрос (О), эссе (Э), коллоквиум (К), диспут (Д), домашнее задание (ДЗ), тестирование (Т), рубежный контроль (РК) и др.

** - формы промежуточной аттестации: зачет

Формы промежуточной аттестации. Зачет								
№ п/п	Наименование тем (разделов)	Объем дисциплины (модуля), час.						Форма текущего контроля успеваемости и*, промежуточ ной аттестации
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СР	
			Л	ЛР	ПЗ	КСР		
Заочная форма обучения								
1	Имидж: теоретико-терминологический аппарат, история имиджа. Природа целостности эмоционально-образного содержания.	14	2				12	ДЗ
2	Имидж организационных структур: основные характеристики и особенности.	14			2		12	О, Д
3	Формирование внешнего и внутреннего имиджа государственных и муниципальных структур.	12					12	О, Д
4	Имидж и его роль в деятельности государственных и муниципальных структур.	14			2		12	О, Д
5	Философия, концептуальные модели имиджа государственных и муниципальных структур.	14			2		12	О
6	Средства и способы формирования внешнего и	12					12	ДЗ

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Объем дисциплины (модуля), час.						Форма текущего контроля успеваемости и*, промежуточ ной аттестации
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СР	
			Л	ЛР	ПЗ	КСР		
Заочная форма обучения								
	внутреннего имиджа.							
7	Сохранение и защита позитивного имиджа государственных и муниципальных структур.	12			2		10	Э
8	Коммуникационный менеджмент в формировании имиджа государственных и муниципальных структур.	12			2		10	Т
	Всего	104	2		10		92	
	Форма промежуточной аттестации	4						Зачет
	Итого:	108	2		10		92	

*Формы текущего контроля: опрос (О), эссе (Э), коллоквиум (К), диспут (Д), домашнее задание (ДЗ), тестирование (Т), рубежный контроль (РК) и др.

** - формы промежуточной аттестации: зачет

Содержание дисциплины

Тема 1. Репутация: теоретико-терминологический аппарат, история имиджа. Природа целостности эмоционально-образного содержания

Репутация: становление понятия, современная трактовка в российской и зарубежной науке, общая практика применения. Репутация – фактор коммуникации. Личная и организационная репутация. Принципы репутационного менеджмента. Психологический аспект целостности эмоционально-образного содержания репутации. Фасцинация и аттракция как неотъемлемые элементы репутационного менеджмента. Типы ассоциаций, формируемые репутационным менеджментом: функциональные признаки, мягкие признаки, эмоциональные связи. Критерии оценки ассоциаций. Первое впечатление, качество производимого продукта, фирменный стиль, благотворительность, реклама, отношения со СМИ.

Тема 2. Репутация, репутационный менеджмент организационных структур: основные характеристики и особенности.

Репутация как социально-психологическое явление. Репутация как проявление индивидуальности личности. Ментальный, профессиональный, социальный уровни репутации. Репутация в ракурсе жизненной перспективы. Понятие «корпоративная репутация». Модели построения репутации организационных структур. Социальные компоненты организации. Корпоративная культура и репутация организации. Миссия организации. Система ценностей, стандарты поведения. Девизы, лозунги, символика.. Теория и методология репутационного менеджмента организации. Позиционирование.

Специфицирование и планирование. Ориентация на целевые аудитории. Компоненты и механизмы формирования. Технологии репутационного менеджмента. Коммуникативные стратегии.

Тема 3. Внешний и внутренний репутационный менеджмент в государственном и муниципальном управлении.

Проблема взаимосвязи понятий «репутация» и «имидж». Факторы репутации государственных и муниципальных органов. Измерение репутации государственных и муниципальных органов. Значимость формирования внутренней репутации. Репутационная рекламная компания. Поддержание прочных связей со средствами массовой информации и средой Интернет. Репутационная общественная деятельность.

Тема 4. Репутационный менеджмент и его роль в деятельности государственных и муниципальных структур

Поддержание провозглашенных стандартов. Изменчивость и устойчивость репутации. Мониторинг эффективности репутационного менеджмента в государственном и муниципальном управлении. Репутационный менеджмент в государственном и муниципальном управлении как отрасли деятельности. Политик, лидер, управленец. Публичная власть в России и мире. Представитель власти в глазах населения. Информационная среда. Коммуникационные процессы и имидж государственных и муниципальных структур. Языки воздействия. Виртуальный офис и репутация организации, возможности реализации эффективного репутационного менеджмента. Информационные системы в организации социально-политических и культурных связей с общественными структурами. Пропаганда и идеология.

Тема 5. Философия, концептуальные модели репутационного менеджмента в государственном и муниципальном управлении

Роль философии государственных и муниципальных органов в формировании репутации. Формы декларирования философии государственных и муниципальных органов: миссия, ценности, принципы, цели и стратегии государственных и муниципальных органов. Традиционная модель и современная модель/модели репутационного менеджмента в государственном и муниципальном управлении.

Тема 6. Средства и способы формирования внешней и внутренней репутации, реализации эффективного репутационного менеджмента

Функции, структура и задачи внутреннего репутационного менеджмента. Разработка компонентов внутреннего имиджа. Создание сообщений. Функции, структура и задачи внешнего репутационного менеджмента. Определение целевых аудиторий. Разработка компонентов внешнего имиджа. Создание сообщений.

Тема 7. Сохранение и защита позитивной репутации государственных и муниципальных структур.

Организационно-правовые особенности формирования репутации и реализации репутационного менеджмента государственных и муниципальных структур.

Корпоративная стратегия. Удовлетворение эмоциональных потребностей сотрудников в качестве принципов репутационного управления организации.

Тема 8. Коммуникационный менеджмент в формировании репутации государственных и муниципальных структур

Определения и разновидности коммуникационного менеджмента государственных и муниципальных органов. Значение репутации и репутационного менеджмента государственных и муниципальных органов. Психолого-педагогические принципы, обуславливающие успешное применение коммуникация менеджмента. Стиль управления как составляющая репутационного менеджмента.. План построения репутации и стратегии репутационного менеджмента. Место репутационного менеджмента организации в технической и креативной областях

4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине

4.1. Формы и методы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации.

В ходе реализации дисциплины

В дисциплине Б1.В.ДВ.5.1 «Репутационный менеджмент в государственном и муниципальном управлении» используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

Тема и/или раздел	Методы текущего контроля успеваемости
Репутация: теоретико-терминологический аппарат, история имиджа. Природа целостности эмоционально-образного содержания	ДЗ
Репутация, репутационный менеджмент организационных структур: основные характеристики и особенности.	О, Д
Внешний и внутренний репутационный менеджмент в государственном и муниципальном управлении.	О, Д
Репутационный менеджмент и его роль в деятельности государственных и муниципальных структур	О, Д
Философия, концептуальные модели репутационного менеджмента в государственном и муниципальном управлении	О
Средства и способы формирования внешней и внутренней репутации, реализации эффективного репутационного менеджмента	ДЗ
Сохранение и защита позитивной репутации государственных и муниципальных структур.	Э
Коммуникационный менеджмент в формировании репутации государственных и муниципальных структур	Т

4.2. Материалы текущего контроля успеваемости.

Преподаватель оценивает уровень подготовленности обучающихся к занятию по следующим показателям:

- устные ответы на вопросы преподавателя по теме занятия,
- выступление с докладами по вопросам к опросам,
- участие в обсуждении докладов.

Критерии оценивания доклада:

- степень усвоения понятий и категорий по теме;

- умение работать с документальными и литературными источниками;
- грамотность изложения материала;
- самостоятельность работы, наличие собственной обоснованной позиции.

Оценка знаний, умений, навыков проводится на основе балльно-рейтинговой системы 70% из 100% (70 баллов из 100) - вклад по результатам посещаемости занятий, активности на занятиях, выступления с докладами, участия в обсуждениях докладов других обучающихся, ответов на вопросы преподавателя в ходе занятия, защита реферата.

Детализация баллов и критерии оценки текущего контроля успеваемости утверждается на заседании кафедры.

Вопросы темы для подготовки к опросам (темы докладов):

Тема 1. Репутация: теоретико-терминологический аппарат, история. Природа целостности эмоционально-образного содержания

Репутация: становление понятия, современная трактовка в российской и зарубежной науке, общая практика применения.

Репутация – фактор коммуникации. Личная и организационная репутация.

Принципы репутационного менеджмента.

Психологический аспект целостности эмоционально-образного содержания репутации. Фасцинация и аттракция как неотъемлемые элементы репутационного менеджмента. Психолого-педагогические принципы, обуславливающие успешное применение репутационного менеджмента.

Типы ассоциаций, формируемые репутационным менеджментом: функциональные признаки, мягкие признаки, эмоциональные связи. Критерии оценки ассоциаций.

Первое впечатление, качество производимого продукта, фирменный стиль, благотворительность, реклама, отношения со СМИ.

Значимость формирования внутренней репутации. Корпоративная стратегия. Удовлетворение эмоциональных потребностей сотрудников в качестве принципов репутационного управления организации..

Тема 2. Репутация, репутационный менеджмент организационных структур: основные характеристики и особенности.

Репутация как социально - психологическое явление.

Репутация как проявление индивидуальности личности. Ментальный, профессиональный, социальный уровни репутации.

Репутация в ракурсе жизненной перспективы. Понятие «корпоративная репутация».

Модели построения репутации организационных структур. Социальные компоненты организации.

Корпоративная культура и репутация организации.

Миссия организации. Система ценностей, стандарты поведения. Девизы, лозунги, символика.

Стиль управления как составляющая репутационного менеджмента.

Определения и разновидности репутационного менеджмента государственных и муниципальных органов.

Значение репутации и репутационного менеджмента государственных и муниципальных органов.

План построения репутации и стратегии репутационного менеджмента. Место

репутационного менеджмента организации в технической и креативной областях.

Теория и методология репутационного менеджмента организации. Позиционирование. Специфицирование и планирование. Ориентация на целевые аудитории. Компоненты и механизмы формирования.

Технологии репутационного менеджмента. Коммуникативные стратегии.

Тема 3. Внешний и внутренний репутационный менеджмент в государственном и муниципальном управлении.

Проблема взаимосвязи понятий «репутация» и «имидж».

Факторы репутации государственных и муниципальных органов.

Измерение репутации государственных и муниципальных органов.

Значимость формирования внутренней репутации.

Репутационная рекламная компания. Поддержание прочных связей со средствами массовой информации и средой Интернет.

Репутационная общественная деятельность. Понятие «корпоративный имидж».

Тема 4. Репутационный менеджмент и его роль в деятельности государственных и муниципальных структур. План формирования репутации.

Поддержание провозглашенных стандартов. Изменчивость и устойчивость репутации.

Мониторинг эффективности репутационного менеджмента в государственном и муниципальном управлении.

Репутационный менеджмент в государственном и муниципальном управлении как отрасли деятельности.

Политик, лидер, управленец. Публичная власть в России и мире. Представитель власти в глазах населения.

Информационная среда. Коммуникационные процессы и имидж государственных и муниципальных структур.

Языки воздействия. Виртуальный офис и репутация организации, возможности реализации эффективного репутационного менеджмента.

Информационные системы в организации социально-политических и культурных связей с общественными структурами.

Тема 5. Философия, концептуальные модели репутационного менеджмента в государственном и муниципальном управлении

Роль философии государственных и муниципальных органов в формировании репутации.

Философия государственных и муниципальных органов и ее роль в формировании имиджа.

Формы декларирования философии государственных и муниципальных органов: миссия, ценности, принципы, цели и стратегии государственных и муниципальных органов. Проблема взаимосвязи понятий «репутация» и «имидж».

Традиционная модель и современная модель/модели репутационного менеджмента в государственном и муниципальном управлении.

Репутация государственных и муниципальных органов и факторы репутации в формировании имиджа.

Измерение репутации государственных и муниципальных органов.

Тема 6. Средства и способы формирования внешней и внутренней репутации, реализации эффективного репутационного менеджмента

Функции, структура и задачи внутреннего репутационного менеджмента.

Разработка компонентов внутреннего имиджа.

Создание сообщений. Функции, структура и задачи внешнего репутационного менеджмента.

Определение целевых аудиторий.

Разработка компонентов внешнего имиджа.

Создание сообщений. Модели построения имиджа организационных структур.

Тема 7. Сохранение и защита позитивной репутации государственных и муниципальных структур

Организационно-правовые особенности формирования репутации и реализации репутационного менеджмента государственных и муниципальных структур.

Корпоративная стратегия.

Удовлетворение эмоциональных потребностей сотрудников в качестве принципов репутационного управления организации.

Изменчивость и устойчивость репутации. Поддержание провозглашенных стандартов.

Мониторинг репутации государственных и муниципальных чиновников.

Организационно-правовые особенности формирования репутации государственных и муниципальных органов.

Тема 8. Коммуникационный менеджмент в формировании репутации государственных и муниципальных структур

Определения и разновидности коммуникационного менеджмента государственных и муниципальных органов.

Значение репутации и репутационного менеджмента государственных и муниципальных органов.

Психолого-педагогические принципы, обуславливающие успешное применение коммуникация менеджмента.

Стиль управления как составляющая репутационного менеджмента.

План построения репутации и стратегии репутационного менеджмента. Место репутационного менеджмента организации в технической и креативной областях

Информационные системы в организации социально-политических и культурных связей с общественными структурами.

Примерные тестовые задания

Тема 1. Репутация: теоретико-терминологический аппарат, история. Природа целостности эмоционально-образного содержания

Что такое репутация, значение понятия. Каковы основные задачи и функции репутационного менеджмента.

Какова история разработки и трансформации понятия; хронология становления репутационного менеджмента как феномена индивидуальной, общественно-политической и управленческой деятельности.

Какие существуют типы ассоциаций, формируемые репутационным менеджментом: функциональные признаки, мягкие признаки, эмоциональные связи

Тема 2. Репутация, репутационный менеджмент организационных структур: основные характеристики и особенности.

Что такое внешняя репутация, внешний репутационный менеджмент и каковы его составляющие. Каково значение внешней репутации.

Что такое внутренняя репутация, внутренний репутационный менеджмент и каковы его составляющие. Каково значение внутренней репутации.

Репутация как социально - психологическое явление. Каковы моральные принципы репутации.

Репутация как проявление индивидуальности личности.

Что представляют собой ментальный, профессиональный, социальный уровни репутации.

Тема 3. Внешний и внутренний репутационный менеджмент в государственном и муниципальном управлении.

Что такое «корпоративная репутация».

Каковы модели репутационного менеджмента организационных структур.

Перечислить социальные компоненты организации.

Какова связь между корпоративной культурой и репутацией организации.

Каковы: миссия организации, система ценностей, стандарты поведения.

Что значат девизы, лозунги, символика.

Роль стиля управления как составляющей репутации.

Тема 4. Репутационный менеджмент и его роль в деятельности государственных и муниципальных структур. План формирования репутации.

Что такое и каковы составляющие плана репутационного менеджмента.

Каково репутационного менеджмента компании в технической и креативной областях.

Каковы теория и методология репутационного менеджмента в организации.

Что такое позиционирование и специфицирование. Ориентация на целевые аудитории.

Каковы компоненты и механизмы репутационного менеджмента. Каковы технологии построения репутации.

Что такое коммуникативные стратегии.

Определения, разновидности, значение репутации государственных и

Тема 5. Философия, концептуальные модели репутационного менеджмента в государственном и муниципальном управлении

Какова философия государственных и муниципальных органов и ее роль в репутационном менеджменте.

Каковы формы декларирования философии государственных и муниципальных органов: миссия, ценности, принципы, цели и стратегии государственных и муниципальных органов.

В чем заключается взаимосвязь понятий «репутация» и «имидж».

Какую роль играет репутация государственных и муниципальных органов и факторы репутации в формировании имиджа.

Как измерить репутацию государственных и муниципальных органов.

Тема 6. Средства и способы формирования внешней и внутренней репутации, реализации эффективного репутационного менеджмента

Каковы модели построения репутации организационных структур.

Что есть репутационная рекламная компания.

Как поддерживать прочные связи со средствами массовой информации и средой Интернет.

Что есть репутационная общественная деятельность.

Каковы функции, структура и задачи внутреннего репутационного менеджмента.

Разработка компонентов внутреннего репутационного менеджмента.

Каковы функции, структура и задачи внешнего репутационного менеджмента.

Как определить целевые аудитории.

Как разработать компоненты внешнего репутационного менеджмента.

Как создавать сообщения.

Тема 7. Сохранение и защита позитивной репутации государственных и муниципальных структур

Суть репутационного менеджмента государственной службы как отрасли деятельности.

В чем выражается изменчивость и устойчивость репутации.

Как поддерживать провозглашенные стандарты.

Как проводить мониторинг эффективности репутационного менеджмента в государственном муниципальном управлении.

Что есть публичная власть в России и мире.

Политик, лидер управленец - представитель власти в глазах населения.

Каковы организационно-правовые особенности репутационного менеджмента в государственном и муниципальном управлении.

Тема 8. Коммуникационный менеджмент в формировании репутации государственных и муниципальных структур

Что такое информационная среда.

Что такое коммуникационные процессы.

Каковы языки воздействия. Что такое пропаганда и идеология.

Виртуальный офис и репутация организации, реализация репутационного менеджмента. Информационные системы в организации социально-политических и культурных связей с общественными структурами.

Примерные темы для написания рефератов:

1. Репутация, значение понятия. Основные задачи и функции репутационного менеджмента. История разработки и трансформации понятия; хронология становления репутационного менеджмента как феномена индивидуальной, общественно-политической и управленческой деятельности.

2. Типы ассоциаций, формируемые репутационным менеджментом: функциональные признаки, мягкие признаки, эмоциональные связи.

3. Внешняя репутация, внешний репутационный менеджмент и каковы его составляющие. Значение внешней репутации.

4. Внутренняя репутация, внутренний репутационный менеджмент и каковы его составляющие. Значение внутренней репутации.

5. Репутация как социально - психологическое явление. Моральные принципы репутационного менеджмента.

6. Репутация как проявление индивидуальности личности.

7. Ментальный, профессиональный, социальный уровни репутации.
8. Понятие «корпоративная репутация». Модели репутационного менеджмента организационных структур. Социальные компоненты организации. Связь между корпоративной культурой и репутацией организации. Миссия организации, система ценностей, стандарты поведения. Девизы, лозунги, символика. Роль стиля управления как составляющей репутации.
9. Составляющие плана репутационного менеджмента. Роль репутационного менеджмента компании в технической и креативной областях. Теория и методология репутационного менеджмента в организации. Позиционирование и специфицирование. Ориентация на целевые аудитории.
10. Компоненты и механизмы репутационного менеджмента. Технологии построения репутации. Коммуникативные стратегии. Определения, разновидности, значение репутации государственных и муниципальных органов.
11. Философия государственных и муниципальных органов и ее роль в репутационном менеджменте. Формы декларирования философии государственных и муниципальных органов: миссия, ценности, принципы, цели и стратегии государственных и муниципальных органов. Взаимосвязь понятий «репутация» и «имидж».
12. Роль репутации государственных и муниципальных органов и факторы репутации в формировании имиджа. Измерение репутации государственных и муниципальных органов.
13. Модели построения репутации организационных структур. Репутационная рекламная компания.
14. Поддержание прочных связей со средствами массовой информации и средой Интернет.
15. Репутационная общественная деятельность.
16. Функции, структура и задачи внутреннего репутационного менеджмента. Разработка компонентов внутреннего репутационного менеджмента.
17. Функции, структура и задачи внешнего репутационного менеджмента.
18. Определение целевых аудиторий.
19. Разработка компонентов внешнего репутационного менеджмента.
20. Создание сообщений.
21. Суть репутационного менеджмента государственной службы как отрасли деятельности.
22. В чем выражается изменчивость и устойчивость репутации.
23. Поддерживание провозглашенных стандартов.
24. Мониторинг эффективности репутационного менеджмента в государственном муниципальном управлении.
25. Публичная власть в России и мире.
26. Политик, лидер управленец - представитель власти в глазах населения.
27. Организационно-правовые особенности репутационного менеджмента в государственном и муниципальном управлении.
28. Информационная среда.
29. Коммуникационные процессы.

30. Языки воздействия. Пропаганда и идеология.

31. Виртуальный офис и репутация организации, реализация репутационного менеджмента. Информационные системы в организации социально-политических и культурных связей с общественными структурами.

4.3. Оценочные средства для промежуточной аттестации.

4.3.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы. Показатели и критерии оценивания компетенций с учетом этапа их формирования

Этапы формирования компетенции в процессе освоения образовательной программы

Формирование ДПК-6 осуществляется в рамках двух последовательных этапов:

1 этап (ДПК-6.1)

Способностью генерировать идеи, разрабатывать концепции коммуникационных программ, осуществлять руководство коммуникационными кампаниями по разработке имиджевой и репутационной политики организации;

2 этап (ДПК-6.2)

Способность использовать профессиональные знания для реализации принципов коммуникативной компетентности, востребованности, социально-правовой защищенности в процессе управления служебной деятельностью сотрудников аппаратов органов государственного и муниципального управления, общественных и других организаций.

Этап освоения компетенции	Показатель оценивания	Критерий оценивания
1 этап (ДПК-6.1) Способностью генерировать идеи, разрабатывать концепции коммуникационных программ, осуществлять руководство коммуникационными кампаниями по разработке имиджевой и репутационной политики организации	Знать основы творческой и исследовательской деятельности Понимать значение творческой составляющей при генерации идей, разработке концепции коммуникационных программ Уметь разрабатывать концепции коммуникационных программ, осуществлять руководство коммуникационными кампаниями по разработке имиджевой и репутационной политики организации	Знает основы творческой и исследовательской деятельности Понимает значение творческой составляющей при генерации идей, разработке концепции коммуникационных программ Умеет разрабатывать концепции коммуникационных программ, осуществлять руководство коммуникационными кампаниями по разработке имиджевой и репутационной политики организации
2 этап (ДПК-6.2) Способность использовать профессиональные знания для реализации принципов коммуникативной	Знать принципы использовать профессиональные знания для реализации принципов коммуникативной компетентности Понимать суть реализации	Знает принципы использовать профессиональные знания для реализации принципов коммуникативной компетентности Понимает суть реализации

компетентности, востребованности, социально–правовой защищенности в процессе управления служебной деятельностью сотрудников аппаратов органов государственного и муниципального управления, общественных и других организаций	принципов коммуникативной компетентности, востребованности, социально–правовой защищенности в процессе управления служебной деятельностью Уметь реализовывать принципы коммуникативной компетентности, востребованности, социально–правовой защищенности в процессе управления служебной деятельностью сотрудников аппаратов органов государственного и муниципального управления, общественных и других организаций	коммуникативной компетенции, востребованности, социально–правовой защищенности в процессе управления служебной деятельностью Уметь реализовывать принципы коммуникативной компетенции, востребованности, социально–правовой защищенности в процессе управления служебной деятельностью сотрудников аппаратов органов государственного и муниципального управления, общественных и других организаций
---	---	---

4.3.2. Типовые оценочные средства

Перечень вопросов к зачету по дисциплине «Репутационный менеджмент в государственном и муниципальном управлении»

1. Принципы создания бренда.
2. PR как эффективное средство репутационного менеджмента.
3. Понятие репутационного менеджмента
4. Анализ эффективности осуществления репутационного менеджмента.
5. Репутационный менеджмент как инструмент решения задач имидж-кампаний.
6. Виды репутационного менеджмента.
7. Поддержка офф-лайн кампаний.
8. Основные принципы репутационного менеджмента.
9. Психологический аспект целостности эмоционально-образного содержания репутации.
10. Фасцинация и аттракция как неотъемлемые элементы репутационного менеджмента .
11. Репутационный менеджмент в системе PR-кампании
12. Основные положения разработки проектов репутационного менеджмента.
13. Принципы формирования и поддержания благоприятной репутации организации.
14. Типы ассоциаций, формируемые стратегиями репутационного менеджмента.
15. Создание индивидуальности как технологический процесс. План построения репутации. Создание индивидуальности как технологический процесс. Место репутационного менеджмента в технической и креативной областях.

16. Основополагающие принципы репутационного менеджмента.
17. Составляющие внешнего репутационного менеджмента.

Механизм первого впечатления

18. Составляющие внешней репутации. Фирменный стиль
19. Составляющие внешней репутации. Отношения со СМИ.
20. Значимость формирования внутренней репутации.
21. Формирование внутренней репутации. Корпоративная стратегия
22. Особенности построения личного репутации. Репутация как социально-психологическое явление
23. Особенности построения личной репутации. Репутация как проявление индивидуальности личности.
24. Репутация в ракурсе жизненной перспективы.
25. Роль репутационного менеджмента в государственном и муниципальном управлении.
26. Репутационный менеджмент в системе информационной политики организации
27. Методы построения репутации государственных и муниципальных структур в России
28. Репутация в структуре коммуникативного пространства
29. Позиционирование как составляющая стратегии репутационного менеджмента организации
30. Стратегии формирования репутации государственных структур в России и мире
31. Социально-психологические особенности восприятия репутации государственной власти населением страны.
32. Составляющие репутации политика, государственного и муниципального служащего.
33. Репутация власти и предвыборные технологии
34. Языки воздействия современной политики
35. Символизм в репутационном менеджменте государственной службы
36. Стили управления как составляющая репутационного менеджмента в государственном и муниципальном управлении.
37. Организационно-правовая структура как фактор формирования репутации органов государственной власти в современной России.
38. Современные СМИ и их роль в формировании репутации органов государственной власти
39. Символика в управлении репутацией современных политиков.

Шкала оценивания.

Оценка знаний, умений, навыков проводится на основе балльно-рейтинговой системы: 30% из 100% (или 30 баллов из 100) - вклад в итоговую оценку по результатам промежуточной аттестации.

При оценивании ответа обучающегося в ходе промежуточной аттестации можно опираться на следующие критерии:

Баллы	Критерий оценки
26-30	Обучающийся показывает высокий уровень компетентности, знания программного материала, учебной, периодической и монографической литературы, законодательства и практики его применения, раскрывает не только основные понятия, но и анализирует их с точки зрения различных авторов. Обучающийся показывает не только высокий уровень теоретических знаний, но и видит междисциплинарные связи. Профессионально, грамотно, последовательно, хорошим языком четко излагает материал, аргументированно формулирует выводы. Знает в рамках требований к направлению и профилю подготовки законодательно-нормативную и практическую базу. На вопросы отвечает кратко, аргументировано, уверенно, по существу.
16-25	Обучающийся показывает достаточный уровень компетентности, знания материалов занятий, учебной и методической литературы, законодательства и практики его применения. Уверенно и профессионально, грамотным языком, ясно, четко и понятно излагает состояние и суть вопроса. Знает нормативно-законодательную и практическую базу, но при ответе допускает несущественные погрешности. Обучающийся показывает достаточный уровень профессиональных знаний, свободно оперирует понятиями, методами оценки принятия решений, имеет представление: о междисциплинарных связях, увязывает знания, полученные при изучении различных дисциплин, умеет анализировать практические ситуации, но допускает некоторые погрешности. Ответ построен логично, материал излагается хорошим языком, привлекается информативный и иллюстрированный материал, но при ответе допускает некоторые погрешности. Вопросы не вызывают существенных затруднений.
6-15	Обучающийся показывает достаточные знания материалов занятий, но при ответе отсутствует должная связь между анализом, аргументацией и выводами. На поставленные членами комиссии вопросы отвечает неуверенно, допускает погрешности. Обучающийся владеет практическими навыками, привлекает иллюстративный материал, но чувствует себя неуверенно при анализе междисциплинарных связей. В ответе не всегда присутствует логика, аргументы привлекаются недостаточно веские. На поставленные вопросы затрудняется с ответами, показывает недостаточно глубокие знания.
0-5	Обучающийся показывает слабые знания материалов занятий, учебной литературы, законодательства и практики его применения, низкий уровень компетентности, неуверенное изложение вопроса. Обучающийся показывает слабый уровень профессиональных знаний, затрудняется при анализе практических ситуаций. Не может привести примеры из реальной практики. Неуверенно и логически непоследовательно излагает материал. Неправильно отвечает на вопросы или затрудняется с ответом.

Шкала перевода из многобалльной системы в традиционную:

- обучающемуся выставляется оценка «неудовлетворительно» если обучающийся набрал менее 50 баллов,
- оценка «удовлетворительно» выставляется при условии, если обучающийся набрал от 50 до 65 баллов;
- оценка «хорошо» выставляется при условии, если обучающийся набрал от 66 до 75 баллов;

- оценка «отлично» выставляется при условии, если обучающийся набрал от 76 до 100 баллов.

100 баллов выставляется при условии выполнения всех требований, а также при обязательном проявлении творческого отношения к предмету, умении находить оригинальные, не содержащиеся в учебниках ответы, умении работать с источниками, которые содержатся в дополнительной литературе к курсу, умении соединять знания, полученные в данном курсе со знаниями других дисциплин.

4.4. Методические материалы

Устный опрос является одним из основных способов проверки усвоения знаний обучающимися. Развернутый ответ студента должен представлять собой связное, логически последовательное сообщение на определенную тему, показывать его умение применять определения, правила в конкретных случаях. Основные критерии оценки устного ответа: правильность ответа по содержанию; полнота и глубина ответа; логика изложения материала (учитывается умение строить целостный, последовательный рассказ, грамотно пользоваться специальной терминологией); использование дополнительного материала.

5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Методические указания по самостоятельной подготовки к занятиям лекционного, практического (семинарского) типа:

Подготовка к занятиям должна носить систематический характер. Это позволит обучающемуся в полном объеме выполнить все требования преподавателя. Обучающимся рекомендуется изучать как основную, так и дополнительную литературу, а также знакомиться с Интернет-источниками (список приведен в рабочей программе по дисциплине). Занятия по дисциплине представлены следующими видами работ: лекциями, практическими занятиями, лабораторными работами, самостоятельной работой обучающихся.

На практических занятиях и лабораторных работах обучающиеся должны освоить методологию и методику функционально-стоимостного анализа системы и технологии управления персоналом; модели функционально-стоимостного анализа; методологию оценки расходов на персонал; факторный анализ расходов на персонал; метод бюджетирования расходов на персонал организации; методы снижения расходов на персонал; технологию имитационного моделирования функционально-стоимостного анализа системы и технологии управления персоналом в Business Studio.

В рамках самостоятельной работы обучающиеся должны самостоятельно подготовить вопросы к практическим занятиям и лабораторным работам: провести обзор интернет-сайтов, периодической литературы и профессиональных изданий, разработать каталог интернет-ресурсов, составить компендиум, осуществить подготовку к дискуссии (круглому столу), к разработке групповых проектов по заданной теме, осуществить написание контрольной работы, подготовку к экзамену.

Текущий контроль знаний по дисциплине «Коммуникационный консалтинг» проводится в соответствии с Уставом Академии, Положением о текущей аттестации студентов по программам ВО и является обязательной.

Текущий контроль знаний по дисциплине «Функционально-стоимостный анализ системы и технологии управления персоналом» проводится в форме опроса и контрольных мероприятий (контрольной работы, тестирования, коллоквиум) по оцениванию фактических результатов обучения.

Объектами оценивания выступают:

- учебная работа студентов по освоению дисциплины (активность на занятиях, своевременность выполнения различных видов заданий, посещаемость всех видов занятий по аттестуемой дисциплине);
- степень усвоения теоретических знаний;
- уровень овладения практическими умениями и навыками по всем видам учебной работы;
- результаты самостоятельной работы.

Активность обучающегося на занятиях оценивается по его выступлениям по вопросам практических занятий, лабораторных работ, на дискуссиях, диспутах, круглых столах.

Кроме того, оценивание студента проводится на контрольной неделе в соответствии с распоряжением директора Института. Оценивание студента на контрольной неделе проводится преподавателем независимо от наличия или отсутствия студента (по уважительной или неуважительной причине) на занятии. Оценка носит комплексный характер, учитывает посещаемость и достижения обучающегося по основным компонентам учебного процесса за текущий период. Оценивание обучающегося на контрольной неделе осуществляется по балльно-рейтинговой системе с выставлением оценок в ведомости и указанием количества пропущенных занятий.

Методические указания по подготовке докладов:

Подготовка обучающихся к опросу предполагает изучение в соответствии тематикой дисциплины основной/ дополнительной литературы, нормативных документов, интернет-ресурсов.

Обучающийся готовит доклад в форме устного сообщения по теме дисциплины.

Предлагается следующая структура доклада:

1. Введение:

- указывается тема и цель доклада;
- обозначается проблемное поле, тематические разделы доклада.

2. Основное содержание доклада:

- последовательно раскрываются тематические разделы доклада.

3. Заключение:

- приводятся основные результаты и суждения автора по поводу путей возможного решения рассмотренной проблемы, которые могут быть оформлены в виде рекомендаций.

Методические указания по написанию реферата:

Реферат является самостоятельной практической работой обучающихся. Он призван определить степень освоения студентом знаний и навыков, полученных им в процессе изучения дисциплины.

Текст работы должен быть написан в научном стиле. Оформление текста также должно быть выполнено грамотно. Следует избегать пустых пространств и, тем более, страниц. На все таблицы, рисунки и диаграммы делаются ссылки в тексте.

Работа выполняется в формате А4. Шрифт – TimesNewRoman. Основной текст работы набирается 14-м шрифтом через 1,5 интервала, выравнивание по ширине, межбуквенный интервал «Обычный», красная строка 1,25 см. Автоматически расставляются переносы. Поля: верхнее 2,0 см, нижнее 2,0 см, левое 3 см, правое 1 см. Промежутки между абзацами отсутствуют. Введение, главы, заключение, список литературы и приложения форматируются как заголовки первого уровня и

начинаются каждый с новой страницы. Подразделы глав с новой страницы не начинаются.

Сноски делаются внизу страницы. Таблицы и рисунки нумеруются отдельно. Номер включает номер главы и номер рисунка/таблицы в данной главе.

Страницы работы должны быть пронумерованы. Нумерация начинается со страницы с оглавлением, на которой ставится цифра «2» и далее – по порядку. Окончание нумерации приходится на последний лист списка литературы. Номер ставится внизу страницы справа. На страницах с приложениями номера не ставятся, и в оглавление они не выносятся. В оглавлении указывается только номер первого листа первого приложения.

Объем реферата 7-15 стр.

6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", включая перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

6.1. Основная литература

1. Андреев В.И. Саморазвитие менеджера / В.И. Андреев. - М.: Дело, 2014. – 275 с.
2. Блюмин А.М. Информационный консалтинг: Теория и практика консультирования: Учебник для бакалавров. М.: Дашков и К, 2013.
3. Гончаров В.Э. Странствующие рыцари демократии. Политические консультанты в XXI веке Монография. — СПб.: ИВЭСЭП, 2014.
4. Дафт, Ричард Л. Менеджмент: [перевод с английского] / Л. Дафт. – СПб.: Питер, 2012. – 863 с.
5. Коммуникационный менеджмент / ред. Д.Базаркина. - Изд-во: Международный центр социально-политических исследований и консалтинга, 2011.
6. Коммуникационный менеджмент. Этика и культура управления: учебное пособие. - Ростов н/Д : Феникс, 2010.
7. Коммуникационный менеджмент. Этика и культура управления: учебное пособие / Т. Ю. Анопченко [и др.]. - Ростов н/Д : Феникс, 2010.
8. Маркова, В.Д. Стратегический менеджмент: понятия, концепции, инструменты принятия решений: Справочное пособие / В.Д. Маркова, С.А. Кузнецова. - М.: ИНФРА-М, 2012. - 320 с.
9. Оксинайд, К.Э. Розина Е.В. Управление персоналом: теория и практика. Управление социальным развитием и социальная работа с персоналом организации: Учебно-практическое пособие / К.Э. Оксинайд., Е.В. Розина. - М.: Проспект, 2014. - 64 с.
10. Шарков Ф.И. Коммуникология: Коммуникационный консалтинг. – М., Дашков и ко, 2011
11. Шарков Ф.И. Коммуникология: Основы теории коммуникации. – М., Дашков и ко, 2012.

6.2. Дополнительная литература

1. Блинов А.О., Дресвянников В.А. Управленческое консультирование: Учебник для магистров. М.: Дашков и К, 2013.
2. Богомолова М. Н. Технологии делового общения государственных служащих : учебное пособие / М. Н. Богомолова, И. Ю. Васильева, Л. В. Комарова

; РАГС при Президенте РФ, Кафедра культурологии и деловых коммуникаций. - М.: Изд-во РАГС, 2010.

3. 4 Горчакова В.Г. Имидж. Искусство и реальность, М.: Юнити-Дата, 2010.

4. 5. Гуреев А.В., Сударьянто Я.П. Международный рынок консалтинговых услуг в России. Учебное пособие. - М.: Дашков и Ко, 2013.

5. Зосименко И.А. Политический консалтинг. - Ульяновск: УлГТУ, 2013.

6. Роздольская И.В., Ледовская М.Е., Однорал Н.А. Инновационная направленность кадрового консультирования в условиях реального экономического пространства: альтернативные способы формирования и поиск новых возможностей развития: Монография. М.: Дашков и Ко, 2014.

7. Шарков Ф. И., Комарова Л. В. Деловые коммуникации. - М.: КНОРУС, 2016.

8. 10. Шарков Ф.И. Интегрированные коммуникации: имидж, бренд, репутация. - М.: Дашков и Ко, 2012.

9. Попова О.В., Апенько С.Н., Макарова Ж.А. Формирование и оценка профессиональных компетенций специалистов по управленческому консультированию: монография. Омск. - Издательство Омского государственного университета им. Ф.М. Достоевского, 2014.

10. Gwynn M. Powell. Cross-cultural observation of management in action: collective and individual culture//Communicology. Vol 1. No 1. 2013. pp171-174.

11. Burgoon, J. K., & Hubbard, A. E. (2010). Cross-cultural and intercultural applications of expectancy violations theory and interaction adaptation theory. Theorizing about intercultural communication, 149-171.

12. Шарков Ф.И. Коммуникология: энциклопедический словарь-справочник. – М.: Дашков и Ко, 2015. - 768 с.

13. Шарков Ф.И., Комарова Л.В. Деловые коммуникации. - М.: КНОРУС, 2016. С.177-190.

14. Gwynn M. Powell. Cross-cultural observation of management in action: collective and individual culture//Communicology. Vol 1. No 1. 2013. pp171-174.

15. Burgoon, J. K., & Hubbard, A. E. (2010). Cross-cultural and intercultural applications of expectancy violations theory and interaction adaptation theory. Theorizing about intercultural communication, 149-171.

6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы

1. Агапов, В.С. Социально-психологические детерминанты креативной компетентности студентов: монография / Агапов, Валерий Сергеевич, Давлетова, Рада Уеловна. - М. : Макеев Игорь Вячеславович, 2016. - 163 с.

2. Модель позиционного обучения студентов [Электронный ресурс]: теоретические основы и методические рекомендации/ И.Б. Шиян [и др.].— Электрон. текстовые данные.— М.: Московский городской педагогический университет, 2012.— 152 с.— Режим доступа:

<http://www.iprbookshop.ru.ezproxy.ranepa.ru:3561/27375.html>.— ЭБС «IPRbooks»

3. Образовательные инновации и практики карьеры: сборник методических материалов и статей / РАНХиГС при Президенте РФ. - М. : Дело, 2015. - 192 с.

4. Психология адаптации и социальная среда. Современные подходы, проблемы, перспективы [Электронный ресурс]/ Л.Г. Дикая [и др.].— Электрон. текстовые данные.— М.: Пер Сэ, 2007.— 624 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru.ezproxy.ranepa.ru:3561/7431.html>.— ЭБС «IPRbooks»

5. Социально-психологические аспекты формирования культуры самообучающейся организации / А. Я. Николаев [и др.] // Вопросы психологии. - 2014. - № 6. - С. 44-52.

6.4. 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 № 6-ФКЗ, от 30.12.2008 № 7-ФКЗ, от 05.02.2014 № 2-ФКЗ, от 21.07.2014 № 11-ФКЗ) // Собрание законодательства РФ. 2014, № 31, ст. 4398.

2. ЗАКОН РФ от 27.12.91 N 2124-I (ред. от 05.04.2013 с изменениями, вступившими в силу с 19.04.2013) "О СРЕДСТВАХ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ".

6.5. Интернет-ресурсы

1. Информационно-правовая база "Консультант Плюс" – <http://www.consultant.ru>
2. Информационно-правовая база "Гарант Сервис" – <http://www.garant.ru>
3. Денисова А. Язык вражды в российских СМИ: гендерное измерение. URL: <http://www.owl.ru>
4. Rachel Alsop, Annette Fitzsimons, Kathleen Lennon. Theorizing Gender: An ntroduction. <http://www.academia.edu>
5. Kaela Jubas. CANADIAN JOURNAL OF EDUCATION 29,2 (2006): 563-583 Theorizing gender in contemporary Canadian citizenship Lessons from the CBCs Greatest Canadian Contest. <http://www.academia.edu/1065023/> 2.
6. Тартаковская И.Н. Маскулинность и глобальный гендерный порядок // <http://www.gender.ru/pages/resources/publications/common/01/32.php>;

6.6. Иные источники

1. www.nnir.ru / - Российская национальная библиотека
www.nns.ru / -Национальная электронная библиотека
2. www.rsi.ru / - Российская государственная библиотека
3. www.biznes-karta.ru / -Агентство деловой информации «Бизнес-карта»
4. www.rbs.ru / - Информационное агентство «РосБизнесКонсалтинг»
5. www.aport.ru / - Поисковая система
6. www.rambler.ru / - Поисковая система
7. www.yandex.ru / - Поисковая система
8. www.busineslearning.ru / - Система дистанционного бизнес образования
9. <http://www.consultant.ru/> - Консультант плюс
10. <http://www.garant.ru/> - Гарант

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

Для проведения занятий по дисциплине необходимо следующее материально-техническое обеспечение: учебные аудитории для проведения занятий лекционного и семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, помещения для самостоятельной работы.

Программное обеспечение: Microsoft Windows 10 LTSC 1607, Microsoft Office Professional 2016.

Информационные справочные системы: Научная библиотека РАНХиГС. URL: <http://lib.ranepa.ru/>; Научная электронная библиотека eLibrary.ru. URL: <http://elibrary.ru/defaultx.asp>; Национальная электронная библиотека. URL: www.nns.ru; Российская государственная библиотека. URL: www.rsl.ru; Российская национальная библиотека. URL: www.nnir.ru; Электронная библиотека Grebennikon. URL: <http://grebennikon.ru/>; Электронно-библиотечная система Издательства «Лань». URL: <http://e.lanbook.com>; Электронно-библиотечная система ЮРАЙТ. URL: <http://www.biblio-online.ru/>.