

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

Институт общественных наук

Кафедра политических и общественных коммуникаций

УТВЕРЖДЕНА

кафедрой политических и

общественных коммуникаций

Протокол от «23» мая 2018 г. №10

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.08.01. Управление репутацией

(индекс, наименование дисциплины (модуля), в соответствии с учебным планом)

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

(код, наименование направления подготовки (специальности))

"Диджитал реклама и связи с общественностью "

(направленность(и) (профиль (и)/специализация(ии))

бакалавр

(квалификация)

Очная форма обучения

(форма(ы) обучения)

Год набора - 2019

Москва, 2018 г.

Автор-составитель:

Старший преподаватель кафедры политических и общественных коммуникаций.
Богуславский Сергей Михайлович

Заведующий кафедрой
политических и общественных
коммуникаций, профессор, PhD

С. Потоликкио

СОДЕРЖАНИЕ

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

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения программы

1.1. Дисциплина Б1.В.ДВ.10.1 «Управление репутацией» обеспечивает овладение следующими компетенциями:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ПК – 12	Овладение способами и приёмами осуществления под контролем профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации.	2 этап (код этапа ПК - 12.2)	Владение технологиями формирования общественного мнения

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

Трудовые функции/действия	Код этапа освоения компетенции	Результаты обучения
определение порядка реализации коммуникационной стратегии; выбор методологии и инструментов.	2 этап (код этапа ПК -12.2)	на уровне знаний: - основные понятия и теоретические основы рекламы и PR; - технику взаимодействия организации и общества, общества и СМИ; - типологию и принципы создания рекламного продукта и продукта в сфере PR;
		на уровне умений: - осуществлять свои профессиональные функции во всех сферах жизнедеятельности общества; - создавать оптимальные условия для профессиональной деятельности, подготовить материалы для создания рекламного продукта и PR; - осуществлять анализ любых СМИ и организовывать любые PR-мероприятия; -управлять общественным мнением.
		на уровне навыков: - навыками формирования общественного мнения и производства

		<p>рекламного продукта.</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками организации работы отдела по СО, отдела рекламы, СМИ в любой сфере социального бытия. - владение методиками мониторинга, SWOT-анализа, контент-анализа, 17 планирования, проведения и оценки PR-мероприятия. - технологиями формирования общественного мнения в государственных, общественных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, в социальной сфере.
--	--	---

2. Объем и место дисциплины (модуля) в структуре ОП ВО

Дисциплина Б1.В.ДВ.08.01 «Управление репутацией» в рамках образовательной программы 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» профиль «Реклама и связи с общественностью в государственном управлении» входит в вариативную часть учебного плана, относится к курсам по выбору, преподается на 4 курсе 7 семестре, ее общая трудоемкость составляет 3 зачетных единицы (108 часа).

Освоение дисциплины опирается на минимально необходимый теоретический объем знаний, полученный ранее студентами при освоении знаний социального и экономического цикла (обществознание, психология, социология, экономика, философия и др.), а также на приобретенные в школе навыки использования и анализа специализированной литературы.

Дисциплина реализуется после изучения дисциплин 1-6 семестров, включая дисциплины «История общественных коммуникаций», «Теория и практика массовых коммуникаций», «Психология массовых коммуникаций», «Основы интегрированных коммуникаций» и др.

Изучение дисциплины включает в себя 28 часов практических занятий и 80 часов самостоятельной работы обучающихся. Промежуточная аттестация проводится в форме зачета.

3. Содержание и структура дисциплины

Таблица 1.

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Объем дисциплины (модуля), час.					Форма текущего контроля успеваемости **, промежуточной аттестации	
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий					СР
			Л/ЭО, ДОТ *	ЛР/ ЭО, ДОТ *	ПЗ/ ЭО, ДОТ *	КСР		

Очная форма обучения								
Тема 1	Управление репутацией: введение в дисциплину	22			6		16	О, Д
Тема 2	Имидж: виды, составляющие, этапы формирования	22			7		16	О, Д
Тема 3	Технологии формирования корпоративного имиджа и репутации	23			8		16	О, Д
Тема 4	Мониторинг репутации	21			4		16	О, Д
Тема 5	Проблемы защиты чести, достоинства и деловой репутации	20			3		16	О, Д
Промежуточная аттестация								
Всего:		108			28		80	Зачет

Содержание дисциплины

Тема 1. Управление репутацией: введение в дисциплину

Управление репутацией как учебная дисциплина. Базовые понятия курса: «имидж» и «репутация»; определения и соотношение понятий. Понятие «Гудвилл».

Тема 2. Имидж: виды, составляющие, этапы формирования

Виды имиджа: личный имидж, профессиональный имидж, коммуникативный имидж. Имидж руководителя. Имидж сотрудника. Имидж организации.

Этапы формирования имиджа.

Принципы построения и технология создания профессионального имиджа.

Понятие коммуникативного имиджа. Искусство деловой речи. Телефонные разговоры. Невербальные средства общения.

Корпоративный имидж. Значение имиджа для успешности компании. Составляющие корпоративного имиджа. Этапы формирования имиджа организации.

Тема 3. Технологии формирования корпоративного имиджа и репутации

Выбор технологий формирования корпоративного имиджа и репутации. Параметры корпоративной репутации. Постановка цели создания позитивного имиджа и репутации компании. Философия компании.

Определения принципов деятельности компании. План создания позитивного имиджа.

Репутация и реклама. Репутация и брендинг. Маркетинговые стратегии формирования репутации.

Тема 4. Мониторинг репутации

Показатели корпоративной репутации: оценка финансового состояния компании; качества товаров и услуг; корпоративного управления.

Глобальные репутационные рейтинги. Репутация как нематериальный актив.

Тема 5. Проблемы защиты чести, достоинства и деловой репутации

Нарушение прав в области защиты чести, достоинства и деловой репутации. Внесудебные и судебные способы защиты. Гражданско-правовая, административная и уголовная ответственность в сфере защиты репутации. Обзор примененного законодательства.

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

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

4.1.1. В ходе реализации дисциплины «Управление репутацией» используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

Тема (раздел)	Методы текущего контроля успеваемости
Тема 1. Управление репутацией: введение в дисциплину	Опрос, диспут (групповая дискуссия), решение case-study
Тема 2. Имидж: виды, составляющие, этапы формирования	Опрос, диспут (групповая дискуссия), решение case-study, эссе
Тема 3. Технологии формирования корпоративного имиджа и репутации	Опрос, диспут (групповая дискуссия), решение case-study
Тема 4. Мониторинг репутации	Опрос, диспут (групповая дискуссия), решение case-study, письменные задания
Тема 5. Проблемы защиты чести, достоинства и деловой репутации	Опрос, диспут (групповая дискуссия), решение case-study, письменные задания

4.1.2. Материалы текущего контроля успеваемости

Для текущего контроля успеваемости проводятся опросы по темам, изученным на предшествующих практических занятиях.

Также формой текущего контроля успеваемости является подготовка и защита письменных заданий по темам дисциплины. Письменное задание формулируется преподавателем, ведущим практические занятия, и, как правило, представляет собой подготовку текста по заданным преподавателем параметрам.

Пример письменного задания:

1. Анализ имиджа работодателя на основе отзывов о работодателе в сети Интернет. Разработка комплекса мероприятий по развитию положительного имиджа работодателя.
2. Анализ репутации организации, действующей в той или иной сфере (по предложению преподавателя, в сфере туристического бизнеса, в сфере образования, в сфере юридических услуг и т.п.) на основе отзывов в сети Интернет. Разработка комплекса мероприятий по улучшению репутации анализируемого бизнеса.

4.2. Промежуточная аттестация

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

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ПК – 12	Овладение способами и приёмами осуществления под контролем профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации.	2 этап (код этапа ПК - 12.2)	Владение технологиями формирования общественного мнения

Этап компетенции	Показатели оценивания	Критерии оценивания
2 этап (код этапа ПК -	Демонстрирует понимание технологий формирования	Использует и применяет технологии построения общественного мнения

12.2)	общественного мнения Способен собрать показатели общественного мнения	Применяет навыки опросов общественного мнения
-------	--	---

4.2.2. Форма и средства (методы) проведения промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация проводится в форме зачета в форме ответов на вопросы по пройденному материалу

4.2.3. Типовые оценочные средства

Вопросы к зачету по дисциплине «Управление репутацией»

Вопросы
<ol style="list-style-type: none"> 1. Определение понятия «репутация». 2. Определение понятия «имидж». 3. Соотношение понятий «имидж» и «репутация». 4. Виды имиджа. 5. Профессиональный имидж, его значение и особенности. 6. Создание профессионального имиджа: технологии, этапы. 7. Понятие коммуникативного имиджа. 8. Имидж и репутация организации. 9. Структура репутации компании. Составляющие корпоративного имиджа. 10. Технологии формирования корпоративного имиджа и репутации. 11. Философия организации. Фирменный стиль. 12. Роль рекламы в создании репутации организации. 13. Имидж, репутация и брендинг – соотношение понятий. 14. Внутренний имидж организации. HR Branding. 15. Корпоративная репутация: параметры. 16. Репутационная устойчивость. 17. Потребитель как эксперт оценки качества продуктов и оценки брендов. 18. Общество как объект управления репутацией. 19. Методы мониторинга репутации в разных группах общественности. 20. Роль СМИ в формировании репутации. 21. Маркетинговые стратегии формирования репутации. 22. Позиционирование в структуре формирования репутации: понятие и способы оптимизации. 23. Роль отдел по связям с общественностью в формировании репутации организации. 24. Защита чести, достоинства и деловой репутации гражданина. 25. Защита деловой репутации организации. 26. Репутационный вред: сложности оценки.

Шкала оценивания.

Оценивание студента в процессе промежуточной аттестации по дисциплине «Управление репутацией»

Знания, умения, навыки студента на зачете оцениваются:

«зачет» - положительный результат,

«незачет» - неудовлетворительно, зачет не сдан.

Основой для определения оценки служит уровень усвоения студентами материала, предусмотренного данной рабочей программой, и сформированность навыков в соответствии с этапом компетенции.

«Зачет»	Ответ соответствует показателям и критериям оценивания – 51-100%
«Незачет»	Ответ соответствует показателям и критериям оценивания – < 50%

Оценивание студента в процессе формирования и освоения компетенций в рамках изучения дисциплины «Управление репутацией»:

Низкий уровень («неудовлетворительно/не зачтено») - компетенция не освоена или освоена в недостаточной мере. Студент не знает, либо знает на слабом уровне теоретический материал по дисциплине. Не владеет терминологией и основными понятиями из профессиональной сферы или называет их неуверенно, с ошибками.

Пороговый (базовый) уровень («удовлетворительно/зачтено») - компетенция освоена удовлетворительно. Студент освоил основную базу теоретических знаний. Владеет терминологией и основными понятиями из профессиональной сферы.

Продвинутый уровень («хорошо/зачтено») - компетенция освоена достаточно хорошо. Студент знает теоретический материал по дисциплине, умеет применить эти знания на практике. Чётко и ясно формулирует свои мысли. Знает специальную и публицистическую литературу по профессиональным вопросам.

Высокий уровень («отлично/зачтено») - компетенция освоена в полной мере или на продвинутом уровне. Студент знает теоретический материал, умеет применить эти знания на практике и имеет опыт в профессионально-практической деятельности. Приводит актуальные примеры из сферы профессиональной деятельности; демонстрирует способности к нестандартной интерпретации поставленного вопроса.

4.3. Методические материалы

Раздел раскрывается в Паспортах компетенции (Приложение 1 ОП ВО).

2 раздел в Методических рекомендациях организации образовательного процесса по освоению дисциплины в ФГБОУ ВО РАНХиГС

http://www.ranepa.ru/images/docs/svedeniya_ooo/Metod_Disciplin_2015.pdf

Положение о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации студентов в РАНХиГС

(http://www.ranepa.ru/images/docs/pk/Pologenie_o_tekushem_kontrole_31_07_2015.pdf)

5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Обучение по дисциплине «Управление репутацией» предполагает изучение курса на аудиторных занятиях (практические занятия) и самостоятельную работу студентов. Семинарские занятия дисциплины «Управление репутацией» предполагают их проведение в различных формах с целью выявления полученных знаний, умений, навыков и компетенций с проведением контрольных мероприятий, описанных в п.1 и п. 4.

Подготовка к семинарским занятиям:

- внимательно ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям;
- выпишите основные термины;
- ответьте на контрольные вопросы по семинарским занятиям, готовьтесь дать развернутый ответ на каждый из вопросов;
- уясните, какие учебные элементы остались для вас неясными и постарайтесь получить на них ответ заранее (до семинарского занятия) во время текущих консультаций преподавателя;
- готовиться можно индивидуально, парами или в составе малой группы; последние являются эффективными формами работы;
- рабочая программа дисциплины в части целей, перечня знаний, умений, терминов и учебных вопросов может быть использована вами в качестве ориентира в организации обучения.

Подготовка к зачету. К зачету необходимо готовиться целенаправленно, регулярно, систематически с первых дней обучения по данной дисциплине. Попытки освоить дисциплину в период зачётно-экзаменационной сессии, как правило, показывают не слишком удовлетворительные результаты. В самом начале учебного курса познакомьтесь со следующей учебно-методической документацией:

- программой дисциплины;
- перечнем знаний и умений, которыми студент должен владеть;
- тематическими планами семинарских занятий;
- контрольными мероприятиями;
- учебником, учебными пособиями по дисциплине, а также электронными ресурсами;
- перечнем вопросов к зачету.

После этого у вас должно сформироваться четкое представление об объеме и характере знаний и умений, которыми надо будет овладеть по дисциплине. Систематическое выполнение учебной работы на семинарских занятиях позволит успешно освоить дисциплину и создать хорошую базу для сдачи зачета.

При организации обучения по дисциплине «Управление репутацией» преподаватель должен обратить особое внимание на организацию семинарских занятий и самостоятельной работы студентов, поскольку курс предполагает широкое использование интерактивных методов обучения. Для проведения семинарских занятий необходимо активно использовать методы работы в малых группах, вовлечение в индивидуальную работу. Задача преподавателя состоит в максимальном отказе от роли лектора, его функции состоят главным образом в модерации образовательного процесса. Материалы для занятий необходимо обновлять ежегодно, учитывая изменяющиеся условия.

Самостоятельная работа студентов

Получение углубленных знаний по изучаемой дисциплине достигается за счет дополнительных часов к аудиторной работе в виде самостоятельной работы студентов. Выделяемые часы целесообразно использовать для знакомства с дополнительной научной литературой по проблематике дисциплины, анализа научных концепций и современных подходов к осмыслению рассматриваемых проблем. К самостоятельному виду работы студентов относится работа в библиотеках, в электронных поисковых системах и т.п. по сбору материалов, необходимых для проведения практических занятий или выполнения конкретных заданий преподавателя по изучаемым темам. Студенты могут установить электронный диалог с преподавателем, выполнять посредством него контрольные задания.

Занятия по дисциплине «Управление репутацией» представлены практическими занятиями и самостоятельной работой студентов.

На практических занятиях студенты выполняют задания, связанные с включенными в программу разделами теории коммуникаций, обсуждением отдельных вопросов, выступлением и участием в дискуссиях, решением кейсов.

В рамках самостоятельной работы студенты готовятся к семинарским занятиям, осуществляют подготовку к контрольной работе и впоследствии к зачету.

Текущая аттестация студентов.

Текущая аттестация студентов по дисциплине «Управление репутацией» проводится в соответствии с Уставом Академии, Положением о текущей аттестации студентов по программам ВО и является обязательной.

Текущая аттестация по дисциплине «Управление репутацией» проводится в форме опроса и контрольных мероприятий по оцениванию фактических результатов обучения студентов и осуществляется ведущим преподавателем.

Объектами оценивания выступают:

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

Активность студента на занятиях оценивается по его выступлениям по вопросам практических занятий.

Оценивание студента на занятиях осуществляется с использованием балльно-рейтинговой системы в соответствии с технологической картой дисциплины. Оценивание студента на контрольной неделе также осуществляется по балльно-рейтинговой системе с выставлением оценок в ведомости и указанием количества пропущенных занятий.

Промежуточная аттестация студентов.

Промежуточная аттестация студентов по дисциплине «Управление репутацией» проводится в соответствии с Уставом Академии, Положением о промежуточной аттестации студентов по программам ВПО. Студенты допускаются к зачету по дисциплине в случае выполнения ими учебного плана по дисциплине: выполнения всех заданий и мероприятий, предусмотренных программой дисциплины (по формам текущего контроля). В случае наличия учебной задолженности студент отрабатывает пропущенные занятия. Зачет принимает преподаватель, ведущий занятия. Итоговая оценка знаний студента на зачете носит комплексный характер, является балльной и определяется его:

- ответом непосредственно во время сдачи зачета;
- учебными достижениями в семестровый период.

Знания, умения, навыки студента на зачете оцениваются оценками «зачтено» и «не зачтено». Кроме того, студенту выставляется оценка в соответствии с балльно-рейтинговой системой. Основой для определения оценки служит уровень усвоения студентами материала и уровень сформированности компетенций, предусмотренного данной рабочей программой.

Дисциплина изучается на протяжении одного семестра и завершается зачетом. В ходе обучения основными видами учебных занятий являются семинарские занятия. В ходе семинарских занятий рассматриваются основные понятия тем, углубляются и закрепляются знания студентов по ряду рассмотренных вопросов, развиваются навыки в соответствии с этапами формирования компетенций.

Организация деятельности студента по видам учебных занятий	
Вид учебных занятий	Организация деятельности студента
Практические занятия	<p>На практических занятиях осуществляется проработка содержания курса. При подготовке к практическим занятиям студентам необходимо ознакомиться с источниками, учебной литературой, рекомендуется конспектировать источники.</p> <p>Во время практических занятий возможна такая форма работы как устные выступления студентов по контрольным вопросам семинарского занятия. Выступление на семинаре должно быть компактным и вразумительным, без неоправданных отступлений и рассуждений. Выступление предполагает самостоятельное изложение материала, вдумчивое и свободное. Важно помнить, что, выступая на занятии, студент обращается к группе, а не только к преподавателю. В свою очередь, остальные студенты</p>

	<p>должны осознавать важность вовлеченного участия в занятии, слушать, задавать вопросы выступающему, формулировать ответные реплики. По окончании занятия студенту рекомендуется повторить выводы, сконструированные на семинаре, проследив логику их построения, отметив положения, лежащие в их основе. Для облегчения реализации этой задачи во время занятия рекомендуется делать пометки. В случае неточностей и (или) непонимания какого-либо вопроса пройденного материала студенту следует обратиться к преподавателю для получения необходимой консультации и разъяснения возникшей ситуации.</p>
Реферат, доклад	<p>Тема доклада (реферата) выбирается студентом по согласованию с преподавателем. Важно при этом учитывать ее актуальность, научную разработанность, возможность нахождения необходимых источников для изучения темы реферата (доклада), имеющиеся у студента начальные знания и личный интерес к выбору данной темы.</p> <p>После выбора темы реферата (доклада) составляется перечень источников (монографий, научных статей, справочной литературы, содержащей комментарии, результаты исследований и т.п.).</p> <p>Реферат (доклад) - это самостоятельная учебно-исследовательская работа студента, где автор раскрывает суть исследуемой проблемы, приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее. Содержание материала должно быть логичным, изложение материала носит проблемно-поисковый характер.</p> <p>Примерные этапы работы над рефератом (докладом):</p> <ul style="list-style-type: none"> - формулирование темы; - подбор и изучение основных источников по теме (как правило, не менее 10); - составление библиографии; - обработка и систематизация информации; - разработка плана; - написание реферата (доклада); - публичное выступление с результатами исследования.
Групповая дискуссия, диспут	<p>Групповая дискуссия - это средство, которое позволяет определить уровень сформированности профессиональных навыков в условиях максимально приближенных к профессиональной среде. Модерацией дискуссии занимается преподаватель, который предлагает актуальную тему для дискуссии, ставит вопросы, акцентирует внимание аудитории на наиболее значимых аспектах.</p> <p>Проведение групповой дискуссии позволяет оценить формирование у студента соответствующих навыков, в том числе умение ставить проблему, обосновывать пути ее</p>

	<p>возможного разрешения, умение вести цивилизованный диалог, отстаивать свою точку зрения, аргументировано отвечать на правовые позиции иных участников групповой дискуссии, способность «на ходу» оценивать свои и чужие аргументы и факты, свободно оперировать фактическим материалом и без предварительной подготовки обрабатывать возникающие вопросы и проблемы.</p> <p>Семинар-дискуссия может содержать элементы «мозгового штурма»: участники стремятся выдвинуть как можно больше идей, не подвергая их критике; потом выделяются главные, они обсуждаются и развиваются, оцениваются возможности их доказательства или опровержения.</p>
--	--

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

6.1.Основная литература.

№ п/п	Ф. инициалы автора	Название издания	Издательство	Год издания	Наличие в библиотеке РАНХиГС	Ссылка на электронный источник в ЭБС
1	Чумиков А.Н.	Реклама и связи с общественностью. Имидж, репутация, бренд	Аспект Пресс	2016		http://www.iprbookshop.ru/57080.html
2	Шарков Ф.И.	Константы гудвилла. Стил, паблисити, репутация, имидж и бренд фирмы	Дашков и К	2015		http://www.iprbookshop.ru/14051.html
3	Калинский О.И.	Оценка и управление деловой репутацией компании	Издательский Дом МИСиС	2014		http://www.iprbookshop.ru/56224.html

4	Рожкова М.А., Глазкова М.Е., Афанасьев Д.В., Вороженич А.С.	Защита деловой репутации в случаях ее диффамации или неправомерного использования (в сфере коммерческих отношений)	Статиус	2015		http://www.iprbookshop.ru/49055.html

6.2. Дополнительная литература.

№ п/п	Ф. инициалы автора	Название издания	Издательство	Год издания	Наличие в библиотеке РАНХиГС	Ссылка на электронный источник в ЭБС
1	Мазилкина Е.И.	Маркетинговые коммуникации [Электронный ресурс]: учебно-практическое пособие	М.: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа,	2016		http://www.iprbookshop.ru.ezproxy.ranepa.ru:3561/57161.html
2	Борисова С.Г.	Модель управления репутацией как маркетинговым активом	Журнал: Менеджмент сегодня	#6, 2013		http://grebennikon.ru/article-b864.html
3	Петряков Н.Н.	Управление репутацией в поисковых системах	Журнал: Интернет-маркетинг	#3, 2013 г.		http://grebennikon.ru/article-c1sa.html
4	Кичаев А.А.	Философия управления репутацией и	Журнал: Личные продажи	#3, 2012 г.		http://grebennikon.ru/article-pyic.html

		позиционирования в персональном брендинге				
5	Дедков А.В.	Роль и место бренда компании в системе управления репутационными и стратегическими рисками	Журнал: Управление финансовыми рисками	#1, 2008 г.		http://grebennikon.ru/article-qmcs.html

6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы.

Положение об организации самостоятельной работы студентов федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации» (в ред. приказа РАНХиГС от 11.05.2016 г. № 01-2211). http://www.ranepa.ru/images/docs/prikazy-ranhigs/Pologenie_o_samostoyatelnoi_rabote.pdf

6.4. Нормативные правовые документы.

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (ГК РФ), часть 1, от 30 ноября 1994 года N 51-ФЗ.
2. Уголовный кодекс Российской Федерации от 13.06.1996 N 63-ФЗ.
3. Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях от 30.12.2001 N 195-ФЗ.
4. Трудовой кодекс Российской Федерации от 30.12.2001 N 197-ФЗ.
5. Федеральный закон Российской Федерации от 13 марта 2006 г №38-ФЗ «О рекламе».

6.5. Интернет-ресурсы.

1. www.nnir.ru (Российская национальная библиотека)
2. www.nns.ru (Национальная электронная библиотека)
3. www.rsi.ru (Российская государственная библиотека)
4. <http://iprbookshop.ru/> (Электронная научная библиотека РАНХиГС)
5. <http://elibrary.ru/defaultx.asp> (Электронная библиотека)
6. <https://www.biblio-online.ru/> (Электронная библиотека издательства «Юрайт»)
7. <https://e.lanbook.com/> (Электронная библиотека издательства «Лань»)
8. <http://www.e-xecutive.ru/knowledge/announcement/1818444/?page=0> (Опокин В. Создание и защита корпоративной репутации)

6.6. Иные источники.

1. Рева В.Е. Управление репутацией. – Дашков и Ко, 2012.
2. Шик З. Коммуникация и пиар в организации. – М., 2012. – 264 с.

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

Требования к аудиториям (помещениям) для проведения занятий: аудитории с компьютерным и проекционным оборудованием для демонстрации презентаций, видеолекций.

Требования к программному обеспечению общего пользования: специализированное оборудование и специализированное программное обеспечение при изучении дисциплины не используется.

Для обеспечения обучения студентов по дисциплине «Управление репутацией» Академия располагает следующей материально-технической базой:

- помещениями для проведения семинарских и практических занятий, оборудованными видеопроекционным оборудованием для демонстрации презентаций PowerPoint, средствами звуковоспроизведения, экраном и имеющие выход в сеть Интернет;
- библиотекой, имеющей рабочие места для студентов, оснащенные компьютерами с доступом к базам данных и сети Интернет;
- компьютерными классами.