



**Частное учреждение высшего образования
«Институт государственного администрирования»**

Кафедра экономики и менеджмента

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе

 П.Н. Рузанов

«26» августа 2022 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
«РЕПУТАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ»**

Направление подготовки:

38.03.04 «Государственное и муниципальное управление»

профиль:

«Управление в сфере межрегиональных и межгосударственных связей»

Квалификация – бакалавр

Форма обучения: очная, очно-заочная, заочная

Москва 2022 г.

Рабочая программа по дисциплине «**Репутационный менеджмент**»
составлена на основании требований Федерального государственного обра-

зовательного стандарта высшего образования – бакалавриат, от 13 августа 2020 г. №1016, для обучающихся по направлению подготовки 38.03.04 «Государственное и муниципальное управление».

Составитель:

к.э.н., доц. Мусаева Х.М.

РАССМОТРЕНА и ПРИНЯТА

на заседании кафедры

Экономики и менеджмента

«25» августа 2022 г., протокол № 1

З.К. Омарова

(подпись)

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.....	4
2. Место учебной дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы.....	4
3. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических или астрономических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся.....	5
4. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических или астрономических часов и видов учебных занятий.....	5
5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю).....	10
6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю).....	13
7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля).....	14
8. Профессиональные базы данных и информационные справочные системы.....	15
9. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости).....	16
10. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)....	17
11. Программное обеспечение (комплект лицензионного программного обеспечения).....	18

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

образовательной программы

Процесс изучения данной дисциплины (модуля) направлен на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения, а также результатов обучения, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций:

Код и наименование компетенций	Коды и индикаторы достижения компетенций	Коды и результаты обучения
ПК-8. Способен осуществлять взаимодействие со СМИ и референтными группами	ПК-8.1 Организует брифинги, пресс-конференции, интервью и иные мероприятия с участием средств массовой информации	РОЗ ПК-8.1: - знать основные модели связей с общественностью; особенности связей с общественностью в государственных органах; понятие референтной группы
	ПК-8.2. Осуществляет связи с общественностью в государственных органах	РОУ ПК-8.2: - уметь организовывать брифинги, пресс-конференции, интервью и иные мероприятия с участием средств массовой информации
	ПК-8.3. Обеспечивает развитие и наполнение официальных интернет-сайтов государственных органов и представительств в социальных сетях и блогах	РОВ ПК-8.3: - владеть навыками взаимодействия со СМИ и референтными группами

2. Место учебной дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Б1.В.ДВ.02.02. Дисциплина «Репутационный менеджмент» относится к дисциплинам по выбору части, формируемой участниками образовательных отношений программы бакалавриата по направлению подготовки 38.03.04 Государственное и муниципальное управление.

Освоение дисциплины базируется на знаниях, полученных при изучении следующих экономических дисциплин: «Экономика государственного и муниципального сектора», «Основы маркетинга», «Технологии делового общения в государственном и муниципальном управлении», «Деловые коммуникации».

Знания, умения и навыки, полученные в ходе изучения дисциплины могут, использоваться обучающимися при освоении различных дисциплин учебного плана, требующих знаний менеджмента и основ делового общения.

Целью изучения дисциплины является овладение обучающимся комплексом знаний в области современных репутационных технологий, формирование навыков использования коммуникационных средств и приемов в управлении деятельностью организаций и территорий в целом.

Задачи изучения дисциплины:

- овладение знаниями в области предпосылок возникновения репутационного менеджмента;
- развитие умений выбирать эффективную стратегию управления корпоративной репутацией;
- овладение технологиями управления репутацией организаций;
- умение сопровождать стратегию управления, продвижения или корректировки репутации организации;
- формирование навыков управления имиджем и репутации территории (города, края /области, региона);
- овладение навыками осуществления связи с общественностью в процессе формирования имиджа и репутации организации и региона в целом.

3. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических или астрономических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Общая трудоемкость (объем) дисциплины (модуля) составляет 4 зачетные единицы (ЗЕ), 144 академических часов.

Виды учебной работы	очная форма обучения	очно-заочная обучения	заочная форма обучения
Общая трудоемкость дисциплины (в часах)	144	144	144
Аудиторная работа (в часах):	66	48	14
Лекции (Л)	32	24	6
Практические занятия (ПЗ)	34	24	8
Самостоятельная работа (СР) (в часах):	78	96	126
Контроль	-	-	4
Форма итогового контроля по дисциплине:	зачет	зачет	зачет

4. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических или астрономических часов и видов учебных занятий

Очная форма обучения

Наименование разделов и тем (модулей)	Общее кол-во часов	Виды учебной работы и трудоемкость (в часах)				Оценочные средства	Результаты обучения
		Контактная работа			СР		
		Всего часов	Л	ПЗ			
Тема 1. Организационные процессы в менеджменте. Основы репутационного менеджмента.	22	10	5	5	12	Реферат	РОЗ ПК-8.1
Тема 2. Понятие и сущность репутационного менеджмента. Корпоративный имидж.	22	10	5	5	12	Опрос, тестирование	РОЗ ПК-8.1
Тема 3. Корпоративная культура как основа для построения репутации.	24	11	5	6	13	Реферат, эссе	РОУ ПК-8.2

Наименование разделов и тем (модулей)	Общее кол-во часов	Виды учебной работы и трудоемкость (в часах)				Оценочные средства	Результаты обучения
		Контактная работа			СР		
		Всего часов	Л	ПЗ			
Тема 4. Принципы и технологии управления репутацией.	24	11	5	6	13	Практическая работа	РОУ ПК-8.2
Тема 5. Репутация в информационном пространстве.	26	12	6	6	14	Опрос, тестирование	РОВ ПК-8.3
Тема 6. Управления репутацией на региональном уровне.	26	12	6	6	14	Практическая работа	РОУ ПК-8.2 РОВ ПК-8.3
Всего по курсу часов:	144	66	32	34	78		

Очно-заочная форма обучения

Наименование разделов и тем (модулей)	Общее кол-во часов	Виды учебной работы и трудоемкость (в часах)				Оценочные средства	Результаты обучения
		Контактная работа			СР		
		Всего часов	Л	ПЗ			
Тема 1. Организационные процессы в менеджменте. Основы репутационного менеджмента.	22	8	4	4	14	Реферат	РОЗ ПК-8.1
Тема 2. Понятие и сущность репутационного менеджмента. Корпоративный имидж.	22	8	4	4	14	Опрос, тестирование	РОЗ ПК-8.1
Тема 3. Корпоративная культура как основа для построения репутации.	24	8	4	4	16	Реферат, эссе	РОУ ПК-8.2
Тема 4. Принципы и технологии управления репутацией.	24	8	4	4	16	Практическая работа	РОУ ПК-8.2
Тема 5. Репутация в информационном пространстве.	26	8	4	4	18	Опрос, тестирование	РОВ ПК-8.3
Тема 6. Управления репутацией на региональном уровне.	26	8	4	4	18	Практическая работа	РОУ ПК-8.2 РОВ ПК-8.3
Всего по курсу часов:	144	48	24	24	96		

Заочная форма обучения

Наименование разделов и тем (модулей)	Общее кол-во часов	Виды учебной работы и трудоемкость (в часах)				Оценочные средства	Результаты обучения
		Контактная работа			СР		
		Всего часов	Л	ПЗ			
Тема 1. Организационные процессы в менеджменте. Основы репутационного менеджмента.	22	-	-	-	22	Реферат	РОЗ ПК-8.1
Тема 2. Понятие и сущность репутационного менеджмента. Корпоративный имидж.	22	4	2	2	18	Опрос, тестирование	РОЗ ПК-8.1
Тема 3. Корпоративная культура как основа для построения репутации.	24	2	-	2	22	Реферат, эссе	РОУ ПК-8.2
Тема 4. Принципы и технологии управления репутацией.	24	4	2	2	20	Практическая работа	РОУ ПК-8.2

Наименование разделов и тем (модулей)	Общее кол-во часов	Виды учебной работы и трудоемкость (в часах)				Оценочные средства	Результаты обучения
		Контактная работа			СР		
		Всего часов	Л	ПЗ			
Тема 5. Репутация в информационном пространстве.	24	-	-	-	24	Опрос, тестирование	РОВ ПК-8.3
Тема 6. Управления репутацией на региональном уровне.	24	4	2	2	20	Практическая работа	РОУ ПК-8.2 РОВ ПК-8.3
Зачет	4						
Всего по курсу часов:	144	48	6	8	126		

Содержание разделов и тем дисциплины

Тема 1. Организационные процессы в менеджменте. Основы репутационного менеджмента.

Понятие коммуникаций. Роль коммуникаций в управлении. Виды и средства коммуникаций, коммуникационные стили. Использование коммуникационных средств для повышения эффективности управления. Влияние формальных и неформальных коммуникаций на управление. Понятие управленческого решения. Решение как акт воздействия управляющей подсистемы на управляемую. Виды управленческих решений. Этапы рационального решения проблем.

Предмет и структура курса «Репутационный менеджмент». Основные направления, которые изучаются в рамках курса. Роль менеджера. Два вида управления с позиции положения человека в системе менеджмента – персонализация и персонификация.

Тема 2. Понятие и сущность репутационного менеджмента. Корпоративный имидж.

Понятие и сущность репутационного менеджмента. Репутационный менеджмент как комплекс стратегических мер, направленных на формирование, поддержание и защиту репутации предприятия. Структура и компоненты репутационного менеджмента.

Понятие корпоративного имиджа, корпоративной репутации. Репутация в терминах. Хорошая и плохая репутация. Практическая и финансовая ценность хорошей репутации. Центральная роль руководства. Феномен имиджа в истории культуры. Типы имиджей. Проблема создания персонального имиджа. Составные части личного и профессионального имиджа. Специфика делового имиджа.

Тема 3. Корпоративная культура как основа для построения репутации.

Понятие корпоративной индивидуальности. Корпоративная культура. Фирменный стиль и его составляющие: название организации, логотипы и символика, фирменный цвет, графический дизайн, корпоративные слоганы. Корпоративная философия. Корпоративная миссия. Корпоративные ценности. Корпоративная стратегия.

Определение репутационной стратегии. Объекты репутационных стра-

тегий (руководство компании; сотрудники компании; продукция или услуги компании; достижения компании; финансовые показатели компании). Преимущества, недостатки, условия использования, особенности реализации репутационных стратегий.

Тема 4. Принципы и технологии управления репутацией.

Управление репутацией в системе имиджевой, рекламной деятельности и бренд-менеджменте организации. Принципы управления репутацией. Технологии управления репутацией. Этапы управления репутацией. Три типа руководителей в управленческой иерархии. Основные компоненты имиджа руководителя организаций. Факторы, влияющие на имидж руководителя организации. Способы управления ими. Ошибки, влияющие на репутацию руководителя. Дресс-код. Правила поведения в типичных ситуациях.

Определение конкурентных преимуществ и позиционирование организации как начальный этап управления репутацией. Направления позиционирования. Разработка плана репутационных мероприятий. Инструменты репутационного менеджмента. Участие в премиях и конкурсах, в работе профессиональных сообществ, объединений, ассоциаций, в профессиональных мероприятиях, в рейтингах и пр. Мониторинг изменения репутационных характеристик в процессе реализации плана.

Работа со средствами массовой информации. Продвижение в деловом сообществе. Продвижение в профессиональном сообществе. Продвижение в компании. Имиджевые и репутационные компоненты программы управления репутацией руководителя.

Тема 5. Репутация в информационном пространстве.

Официальная политика управления организацией как важнейший фактор формирования, управления и защиты имиджа и репутации. Информационное пространство как основное условие реализации экономической деятельности.

Репутация в центре внимания. Принципы выделения групп корпоративной аудитории: установление типа отношений между организацией и аудиторией, принцип сегментирования рынка.

Тема 6. Управление репутацией на региональном уровне.

Имидж, репутация и бренд территории в современном мире. Разработка стратегий развития регионов и городов, поиск путей роста их конкурентоспособности как факторы разработки программ продвижения имиджа и формирования репутации территорий. Особенности и ресурсы региона (природные и экологические, официальные, финансово-экономические, институциональные и административно-политические, инновационные и информационные, социальные и демографические). Территориальная индивидуальность и конкурентные преимущества.

Методика анализа имиджа и репутации территории. Институты, формирующие репутацию территории. Выявление уже существующих репутационных преимуществ территории. Определение репутационного потенциала территории. Анализ ранее реализованных на территории репутационных мероприятий или программ, определение их результатов, степени эффективно-

сти. Разработка концепции и вариантов территориальной репутационной стратегии. Мониторинг изменения репутационных характеристик.

Инструменты формирования имиджа и репутации региона. Разработка официальной символики. Информационные кампании, реклама, специальные региональные Интернет-сайты, организация выставок, ярмарок. Организация конференций, симпозиумов. Публикация достоверной статистической отчетности. Прочие инструменты формирования имиджа и репутации субъектов Федерации.

5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Самостоятельная работа обучающихся включает следующие формы:

- аудиторная самостоятельная работа;
- внеаудиторная самостоятельная работа;
- творческая, в том числе научно-исследовательская работа.

Аудиторная самостоятельная работа обучающихся по данной дисциплине предусматривает:

- выполнение самостоятельных работ;
- выполнение контрольных и практических работ;
- решение задач теоретической и практической направленности;
- работу со справочной, методической и научной литературой;
- решение кейсов, деловые игры.

Основными видами самостоятельной работы обучающихся при изучении данной дисциплины являются:

- подготовка к аудиторным занятиям и выполнение заданий разного уровня сложности: к проблемным лекциям, семинарам, дискуссиям, коллоквиумам и т.п.;
- изучение отдельных тем или вопросов учебной дисциплины, составление конспектов, самоконтроль знаний;
- выполнение контрольных работ, контрольных домашних работ, творческих заданий;
- подготовка докладов, сообщений, рефератов, эссе, презентаций, и т.д.;
- выполнение тестовых заданий с использованием интернет-тренажеров;
- подготовка к участию в научных и научно-практических конференциях и семинарах.

Методические указания к оформлению разных форм отчетности по самостоятельной работе

1. *Эссе* – одна из форм письменных работ, наиболее эффективная при освоении базовых и вариативных дисциплин. Роль этой формы контроля особенно важна при формировании универсальных компетенций выпускника, предполагающих приобретение основ гуманитарных, социальных и экономических знаний, освоение базовых методов соответствующих наук.

Эссе – небольшая по объему самостоятельная письменная работа на

тему, предложенную преподавателем соответствующей дисциплины. Цель эссе состоит в развитии навыков самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных умозаключений.

Эссе – средство, позволяющее оценить умение обучающегося письменно излагать суть поставленной проблемы, самостоятельно проводить анализ этой проблемы с использованием концепций и аналитического инструментария соответствующей дисциплины, делать выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

Эссе должно содержать чёткое изложение сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ этой проблемы с использованием концепций и аналитического инструментария соответствующей дисциплины, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме. В зависимости от специфики дисциплины формы эссе могут значительно дифференцироваться. В некоторых случаях это может быть анализ собранных обучающимся конкретных данных по изучаемой проблеме, анализ материалов из средств массовой информации, подробный разбор предложенной преподавателем проблемы с развёрнутыми пояснениями и анализом примеров, иллюстрирующих изучаемую проблему и т.д.

Требования к эссе могут трансформироваться в зависимости от конкретной дисциплины, однако качество работы должно оцениваться по следующим критериям: самостоятельность выполнения, способность аргументировать положения и выводы, обоснованность, четкость, лаконичность, оригинальность постановки проблемы, уровень освоения темы и изложения материала (обоснованность отбора материала, использование первичных источников, способность самостоятельно осмысливать факты, структура и логика изложения). Для подготовки эссе обучающемуся предоставляется список тем, список обязательной и дополнительной литературы, требования к оформлению.

Структура эссе:

1. Титульный лист.
2. План.
3. Введение с обоснованием выбора темы.
4. Текстовое изложение материала (основная часть).
5. Заключение с выводами по всей работе.
6. Список использованной литературы.

2. Реферат.

Реферат – форма письменной работы, которую рекомендуется применять при освоении вариативных (профильных) дисциплин профессионального цикла. Как правило, реферат представляет собой краткое изложение содержания научных трудов, литературы по определенной научной теме.

Тему реферата обучающиеся выбирают по желанию. Основным критерий выбора – учебно-научный и профессиональный интерес обучающегося.

Цель написания – более глубокий уровень освоения тематики дисциплины. Обучающемуся при написании реферата предстоит стать исследователем, взглянуть на проблему самостоятельно и, может быть, обнаружить,

открыть для себя то, что оставалось ранее незамеченным.

Структура реферата включает следующие компоненты:

- титульный лист;
- содержание;
- введение;
- основную часть;
- заключение;
- перечень использованной литературы;
- приложения.

Во *введении* обосновывается актуальность выбранной темы и личный интерес автора к теме.

В *основной части* необходимо осветить те или иные стороны проблемы. Материал основной части рекомендуется излагать в форме параграфов. Вначале излагается теоретический материал: описываются рабочие термины, рассматриваются имеющиеся в научной литературе теоретические концепции, важные положения, аспекты. Затем приводятся фактические данные: наблюдения специалистов, наблюдения обучающегося. Хорошо, если удастся критически проанализировать и сопоставить теоретические и фактические данные.

В *заключении* формулируются выводы, дается оценка проведенного анализа, изученного материала.

Реферат оформляется на электронном носителе, шрифт TimesNewRoman, размер – 14 pt, поля по 2 см. с каждой стороны. Объем – 10-12 стр. Нумерация – по центру внизу. Список использованных источников составляется в алфавитном порядке методом библиографического описания по ГОСТу. В случае использования материалов Интернет необходимо указывать электронные сайты.

В тексте реферата в случае использования цитат необходимо делать сноски с указанием библиографических данных и соответствующей страницы. Титульный лист оформляется в соответствии с образцами, предоставляемыми кафедрой.

3. Дискуссия (в режиме онлайн).

Дискуссия является одной из важнейших форм образовательной деятельности, стимулирующей инициативность учащихся, развитие рефлексивного мышления. В основе дискуссии – метод обсуждения и разрешения спорных вопросов. В отличие от обсуждения как обмена мнениями, дискуссией называют обсуждение-спор, столкновение точек зрения, позиций и т.д. Дискуссия – равноправное обсуждение обучающимися (под руководством и с учетом планирования преподавателем) вопросов, на которых нет единого ответа в ходе освоения материала изучаемой дисциплины. Результатом дискуссии может быть общее соглашение, лучшее понимание, новый взгляд на проблему, совместное решение. В онлайн режиме обучающимся предлагается обсудить заявленную тему, найти способы профессионального поведения в той или иной ситуации. Преподаватель выполняет функции ведущего дискуссии. Он оценивает: активность каждого участника; степень владения знаниями каждого участника; оригинальность предлагаемых идей, решений.

6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Фонд оценочных средств – комплект методических материалов, нормирующих процедуры оценивания результатов обучения, т.е. установления соответствия учебных достижений запланированным результатам обучения и требованиям образовательных программ, рабочих программ дисциплин (модулей).

ФОС как система оценивания состоит из трех частей:

1. Структурированного перечня объектов оценивания (структурной матрицы формирования и оценивания результатов обучения ОПВО, дисциплины);
2. Базы учебных заданий;
3. Методического оснащения оценочных процедур.

ФОС оформлен как Приложение к рабочей программе дисциплины.

Вопросы для подготовки к зачету:

1. Понятие и сущность репутационного менеджмента.
2. Репутационный менеджмент как комплекс стратегических мер, направленных на формирование, поддержание и защиту репутации предприятия.
3. Структура и компоненты репутационного менеджмента
4. Понятие корпоративного имиджа, корпоративной репутации.
5. Хорошая и плохая репутация. Практическая и финансовая ценность хорошей репутации.
6. Составные части личного и профессионального имиджа.
7. Специфика делового имиджа.
8. Корпоративная культура.
9. Фирменный стиль и его составляющие: название организации, логотипы и символика, фирменный цвет, графический дизайн, корпоративные слоганы.
10. Корпоративные ценности. Корпоративная стратегия.
11. Определение репутационной стратегии.
12. Объекты репутационных стратегий (руководство компании; сотрудники компании; продукция или услуги компании; достижения компании; финансовые показатели компании).
13. Преимущества, недостатки, условия использования, особенности реализации репутационных стратегий.
14. Управление репутацией в системе имиджевой, рекламной деятельности и бренд-менеджменте организации.
15. Принципы управления репутацией. Технологии управления репутацией.
16. Основные компоненты имиджа руководителя организаций.
17. Факторы, влияющие на имидж руководителя организаций.
18. Ошибки, влияющие на репутацию руководителя. Дресс-код.

19. Правила поведения в типичных ситуациях.
20. Основные проблемы репутационного менеджмента в информационном обществе.
21. Репутация и корпоративная индивидуальность (идентичность).
22. Инструментарий имиджологии в репутационном менеджменте.
23. Исследования групп корпоративных аудиторий в рамках репутационного менеджмента.
24. Рейтинги корпоративной репутации.
25. Методы формирования репутации.
26. Определение репутационной стратегии.
27. Особенности управления репутацией первого лица.
28. Инструменты репутационного менеджмента.
29. Программы корпоративной социальной ответственности в репутационном менеджменте.
30. Традиции корпоративной благотворительности в мире и в России. Социальные программы известных компаний.
31. Методика анализа имиджа и репутации территории.
32. Стратегия формирования или коррекции репутации территории.
33. Инструменты формирования имиджа и репутации субъекта Федерации.

7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

а) основная литература:

1. Сальникова, Л. С. Репутационный менеджмент. Современные подходы и технологии: учебник для вузов /Л. С. Сальникова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2021. — 313с. —Текст: электронный//Образовательная платформа Юрайт [сайт].— URL: <https://urait.ru/bcode/488936>
3. Технология формирования имиджа, PR и рекламы в социальной работе : учебник и практикум для вузов /М. В. Воронцова [и др.] ; под редакцией М. В. Воронцовой. — Москва: Издательство Юрайт, 2021. — 251с. // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/497436>
3. Тульчинский, Г. Л. Бренд-менеджмент. Брендинг и работа с персоналом: учебное пособие для вузов /Г. Л. Тульчинский, В. И. Терентьева. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 270С.

б) дополнительная литература:

1. Сальникова, Л. С. Репутационный менеджмент. Современные подходы и технологии: учебник для вузов /Л. С. Сальникова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 400с.
2. Семенова, Л. М. Имиджмейкинг: учебник и практикум для вузов / Л. М. Семенова. — Москва: Издательство Юрайт, 2021. — 145с.

8. Профессиональные базы данных и информационные справочные

СИСТЕМЫ

1. <http://www.iprbookshop.ru/52058> – электронная библиотечная система «IPRbooks», доступ в on-line режим к большому числу наименований монографий, учебников, справочников, научных журналов, диссертаций и научных статей в различных областях знаний. Фонд ЭБС постоянно пополняется электронными версиями изданий российских издательств, а также произведениями отдельных авторов. 121590 – Общее количество публикаций, 367 – Журналов ВАК, 681 – Всего журналов, 24185 – Учебных изданий (ФГОС ВО), 7849 – Научных изданий, 2085 – Аудиоизданий.

2. <https://urait.ru/> – электронная библиотечная система «Юрайт», доступ в on-line режим к большому числу наименований монографий, учебников, справочников, научных журналов, диссертаций и научных статей в различных областях знаний. Фонд ЭБС постоянно пополняется электронными версиями изданий российских издательств, а также произведениями отдельных авторов. Фонд электронной библиотеки составляет более 6000 учебников и учебных пособий.

3. www.e-executive.ru – обучающееся сообщество менеджеров. К участию в проекте привлечены лучшие отечественные и зарубежные компании и организации, признанные во всем мире эксперты, аналитики и консультанты. Информационные ресурсы сайта представляют стратегическую информацию для менеджеров-профессионалов.

4. <http://www.aup.ru> – бизнес-портал предназначен для руководителей, менеджеров, маркетологов, финансистов и экономистов предприятий. Основой портала является электронная библиотека деловой литературы и документов, а также бизнес-форум по различным аспектам теории и практики организации, планирования и управления деятельностью предприятий.

5. <http://ecsocman.hse.ru> – Федеральный образовательный портал «Экономика. Социология. Менеджмент» – это система тематических профессиональных сайтов, выполненных по сходному замыслу и работающих в единых стандартах обмена информацией.

6. <http://window.edu.ru> – бесплатная электронная библиотека «Единое окно доступа к образовательным ресурсам» объединяет в единое информационное пространство электронные ресурсы свободного доступа для всех уровней образования в России. В разделе «Библиотека» представлено более 28 000 учебно-методических материалов.

7. <http://www.mevriz.ru/> – журнал «Менеджмент в России и за рубежом». Содержит материалы по теории, организации и экономике менеджмента, управлению персоналом, финансовому и отраслевому менеджменту, управлению международным бизнесом, управленческому консалтингу, новым технологиям менеджмента.

8. <http://www.reputationinstitute.com/> – Институт изучения репутации (ReputationInstitute), США.

9. <http://www.rjm.ru/> – научный журнал в области управления «Российский журнал менеджмента».

10. <http://www.garant.ru/> – Справочная правовая система «Гарант».
11. Подборка публикаций по экономике и финансам (статьи, рефераты, конспекты, переводы, тексты книг) – <http://www.finansy.ru>.
12. Официальный сайт Банка России (аналитические материалы) – <http://www.cbr.ru>.
13. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики Российской Федерации. – <http://www.gks.ru>.

9. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

Информационные технологии охватывают все ресурсы, необходимые для управления информацией, особенно компьютеры, программное обеспечение и сети, необходимые для создания, хранения, управления, передачи и поиска информации. Информационные технологии, используемые в учебном процессе: компьютерные сети, терминалы (компьютер, сотовые телефоны, телевизор), услуги (электронная почта, поисковые системы).

Реализация учебной дисциплины требует наличия компьютерного класса со следующим обеспечением:

- из расчёта 1 помещение на 1 (одну) группу обучающихся и 1 (один) преподаватель предоставляется помещение с рабочими местами, с компьютерами (Автоматизированные Рабочие Места, АРМ), объединёнными в локальную сеть (ЛВС);
- преподавателю предоставляется учётная запись с правами локального и сетевого администратора на всех АРМ;
- характеристики АРМ: ОС не ниже Windows XP SP3, IE 6.0; аппаратное обеспечение: не ниже IntelPentium III 1000 МГц, 512 Мб RAM, 80 Гб HDD, SVGA (1024x768x32), 100 Мбит EthernetAdapter;
- характеристики сети: 100 Мбит FastEthernet, наличие доступа в Интернет;
- проектор с возможностью подключения к разъёму D-Sub и, желательно, DVI или возможность подключения Flash-накопителя;
- проекционный экран с белым проекционным полотном без крупных физических дефектов;
- ЛВС должна иметь высокоскоростное подключение к сети Internet.

10. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Лекционные аудитории, аудитории для проведения практических занятий, оснащенные средствами для мультимедийных презентаций, цифровой аудио- и видео- фиксации, и воспроизведения информации, компьютерной техникой с лицензированным программным обеспечением, пакетами право-

вых и других прикладных программ по тематике дисциплины.

При проведении практических и лекционных занятий, а также при выполнении самостоятельной работы используются такие программные продукты, как Word, Excel, PowerPoint, Internet Explorer.

Для более углубленного изучения дисциплины и рассмотрения ее практических аспектов предусмотрено использование систем СПС «Гарант» и СПС «Консультант Плюс», что дает возможность своевременно отслеживать изменения в нормативно-правовой базе, регламентирующей коммерческую деятельность организаций.

Реализация программы учебной дисциплины требует наличие учебного кабинета (аудитории). Оборудование учебного кабинета (аудитории) предполагает комплект специализированной мебели для:

- организации рабочего места преподавателя;
- организации рабочих мест обучающихся;
- рационального размещения и хранения средств обучения;
- организации использования аппаратуры.

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает:

- библиотечный фонд ЧУ ВО «ИГА»;
- компьютерный класс с выходом в Интернет;
- мультимедийное оборудование для чтения лекций-презентаций.

При изучении дисциплины используются аудитории, оборудованные мультимедийными средствами обучения: проектором, ноутбуком, интерактивной доской. Использование интернет-ресурсов предполагает проведение занятий в компьютерных классах с выходом в Интернет. В компьютерных классах обучающиеся имеют доступ к информационным ресурсам, к базе данных библиотеки. Для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья необходимы специальные условия для получения образования.

В целях доступности получения высшего образования по образовательным программам инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья Институтом обеспечивается:

1. Наличие альтернативной версии официального сайта Института в сети «Интернет» для слабовидящих.

2. Присутствие ассистента, оказывающего обучающемуся необходимую помощь.

3. Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по слуху – дублирование вслух справочной информации о расписании учебных занятий; обеспечение надлежащими звуковыми средствами воспроизведения информации.

4. Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата, созданы материально-технические условия, обеспечивающие возможность беспрепятственного доступа обучающихся в учебные помещения, объекты питания, туалетные и другие помещения Института, а также пребывания в указанных помещениях (наличие расширенных дверных проемов, поручней и других приспособлений).

11. Программное обеспечение (комплект лицензионного программного обеспечения)

Для повышения качества подготовки и оценки полученных знаний часть практических занятий планируется проводить в компьютерном классе с использованием компонентов Microsoft Office 2007, 2008, 2010: Word, Excel, Access, PowerPoint, Visio, 1С: Предприятие.