

Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова
Высшая школа современных социальных наук (факультет)

Утверждаю
Директор

ВШССН (факультета)

МГУ имени М.В.Ломоносова

академик Г.В.Осипов

_____ 20__ г.



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«Формирование репутации и информационные атаки в Интернете»

для магистров по направлению подготовки:

38.04.02 «Менеджмент»

Направленность (профиль) подготовки: «Цифровой маркетинг»

Форма обучения: очная

Программа одобрена на заседании Ученого совета ВШССН
2020 года, протокол № 6

Москва, 2022

Рабочая программа дисциплины (модуля) разработана в соответствии с самостоятельно установленным МГУ образовательным стандартом (ОС МГУ) для реализуемых основных профессиональных образовательных программ высшего образования по направлению подготовки (специальности) 38.04.02. «Менеджмент» (уровень магистратуры), утвержден решением Ученого совета МГУ имени М.В. Ломоносова от 27 июня 2011 года, протокол № 3, введен в действие приказом ректора МГУ имени М.В. Ломоносова от 22 июля 2011 года № 729.

Год (годы) приема на обучение _____

1. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП ВО: относится к уточняющим предметам. Данная дисциплина предусмотрена учебным планом в 3 семестре, на 2 курсе.

2. Входные требования для освоения дисциплины (модуля) включают в себя освоение следующих дисциплин:

- «Стратегический маркетинг»

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), соотнесенные с требуемыми компетенциями выпускников.

Компетенции выпускников (коды)	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), соотнесенные с компетенциями
<p>Готовность действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения (УК-3);</p>	<p>Знать: основные представления о возможных последствиях принятых решений, последовательность действий в стандартных ситуациях (УК-3);</p> <p>Уметь: выделять и систематизировать основные представления об ответственности за принятые решения; нести социальную и этическую ответственность за принятые решения; критически оценивать принятые решения; избегать автоматического применения стандартных форм и приемов при решении нестандартных задач (УК-3);</p> <p>Владеть: навыками анализа значимости, в том числе социальной и этической ответственности, за принятые решения, подходами к оценке действий в нестандартных ситуациях (УК-3).</p>
<p>Готовность руководить коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОПК-2);</p>	<p>Знать: условия предотвращения конфликтных ситуаций на основе толерантного восприятия социальных, этнических, конфессиональных и культурных различий (ОПК-2);</p> <p>Уметь: использовать методы предотвращения конфликтных ситуаций на основе толерантного восприятия социальных, этнических, конфессиональных и культурных различий (ОПК-2);</p> <p>Владеть: навыками руководства коллективом в сфере своей профессиональной деятельности,</p>

	толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОПК-2).
Знание основных подходов, методов и инструментов цифрового маркетинга и информационно-коммуникационных технологий (СПК-1)	Знать: основные подходы, методы и инструменты цифрового маркетинга и информационно-коммуникационных технологий (СПК-1); Уметь: применять основные подходы, методы и инструменты цифрового маркетинга и информационно-коммуникационных технологий (СПК-1); Владеть: навыками использования основных подходов, методов и инструментов цифрового маркетинга и информационно-коммуникационных технологий (СПК-1).

4. Объем дисциплины (модуля) составляет 3 з.е., в том числе 54 академических часа, отведенных на контактную работу обучающихся с преподавателем, 54 академических часа на самостоятельную работу обучающихся.

5. Формат обучения: очный.

6. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и виды учебных занятий.

Наименование и краткое содержание разделов и дисциплины (модуля), Форма промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)	Всего (часы)	В том числе			
		Контактная работа (работа во взаимодействии с преподавателем) Виды контактной работы, часы			Самостоятельная работа обучающегося, Часы
		Занятия лекционного занятия	семинарского	Всего	
Тема 1. Управление репутацией как направление профессиональной Деятельности	12	4	2	6	Устный опрос, рефераты, доклады, выполнение практического

					задания 6
Тема 2. Параметры и компоненты деловой репутации	12	4	2	6	Устный опрос, рефераты, доклады, выполнение практического задания 6
Тема 3. Формирование имиджа: этапы, инструменты, способы оценки	12	4	2	6	Коллоквиум, рефераты, доклады, выполнение практического задания 6
Тема 4. Интернет-репутация организации	11	4	2	6	Дискуссия, рефераты, доклады, выполнение практического задания 5
Тема 5. Репутационный аудит	11	4	2	6	Тестирование, дискуссия, рефераты, доклады, выполнение практического задания 5
Тема 6. Технологии формирования и управления репутацией	11	4	2	6	Устный опрос, рефераты, доклады, выполнение практического задания 5
Тема 7. Информационная атака как угроза репутации в Интернете	11	4	2	6	Устный опрос, рефераты, доклады, выполнение практического задания

					5
Тема 8. Репутационные риски и кризисные ситуации	11	4	2	6	Дискуссия, рефераты, доклады, выполнение практических заданий 5
Тема 9. HR-репутация	11	4	2	6	Коллоквиум, рефераты, доклады, выполнение практического задания 5
Итоговая аттестация (экзамен)					6
Итого	108	54		54	

Содержание разделов дисциплины

Тема 1. Управление репутацией как направление профессиональной деятельности

Виды капиталов: социальный капитал Дж. Коулмена, символический капитал П. Бурдьё. Авторитет как предшественник репутации, типы авторитетов по Э.Дюркгейму. Симулякры Ж. Бодрийяра и их использование в современном медиа пространстве. Соотношение репутации и доверия, критерии доверия. Соотношение понятий имидж, репутация, бренд. Репутация как нематериальный актив. Теория репутации Ф. Кидланда и Э. Прескотта. Систематизация междисциплинарных подходов к пониманию сущности репутации: юридический подход, бухгалтерский подход, маркетинговый подход, менеджерский подход, коммуникационный подход. Концепция маркетинга взаимоотношений.

Тема 2. Параметры и компоненты деловой репутации

Преимущества деловой репутации: маркетинговые преимущества, рыночные преимущества, корпоративные преимущества. Носители репутации. Целевые аудитории репутации: нормативные группы, функциональные группы, диффузные группы, потребители. Элементы репутации: оценки, образы, характеристики. Внешние факторы формирования репутации – оценки. Внутренние факторы формирования деловой репутации. Заявленные образы и характеристики. Воспринимаемые потребителями образы и характеристики. Репутация – приобретенный актив. Упущенная выгода.

Компоненты (показатели) репутации: финансовые компоненты, понятие и методы расчета Гудвилл, разногласия при оценке брендов, рыночные компоненты, корпоративные компоненты, социальные компоненты. Рейтинги репутации. Методика расчета ИВК (индекс впечатления клиентов) на примере банковского сектора: оценка бренда, оценка коммуникации, оценка окружения, оценка культуры, оценка предложения, дополнительные показатели. Кейс оптимизации бизнеса «Альфа-банка» по системе «Senteo»

Тема 3. Формирование имиджа: этапы, инструменты, способы оценки

Соотношение понятий «имидж» и «репутация». Роль имиджа в формировании общественного мнения. Внешняя и внутренняя составляющая имиджа. Вербальные и невербальные составляющие имиджа. Трансляторы имиджа. Айдентика. Особенности визуальной коммуникации. Этапы формирования имиджа. Позиционирование, возвышение имиджа, снижение имиджа (антиреклама), отстройка от конкурентов, контрреклама. Мифологизация. Способы корректировки и оценки имиджа.

Тема 4. Интернет-репутация организации

Понятие онлайн-репутации (цифровой репутации). Площадки формирования онлайн-репутации. Инструменты формирования онлайн-репутации. Значимость и особенности интернет-репутации, факторы, влияющие на формирование репутации в Сети, формы проявления интернет-репутации, модели репутации в Интернете. Анализ репутации на различных видах площадок.

Тема 5. Репутационный аудит

Сервисы мониторинга в Интернете, репутационный аудит сайта, поисковых систем, социальных сетей. Методология репутационного аудита (методики Даулинга, Олейника и Лапшова, Сальниковой, кабинетный анализ документов, экспертное интервью). Диагностика и анализ причин расхождений между тем, каким видит себя объект репутации и каким он представляется окружающему миру. Диагностика «слабых» мест продвижения имиджа и репутации. Выявление уже существующих репутационных преимуществ организаций. Оценка репутационного потенциала конкурентов. Анализ реализованных репутационных мероприятий и программ, их оценка и прогноз.

Тема 6. Технологии формирования и управления репутацией

Разработка коммуникационной стратегии по управлению репутацией, её встраивание в единую коммуникационную стратегию компании, создание «легенды», формирование образа. Определение информационной политики. Работа со СМИ, повышение инвестиционной привлекательности, укрепление авторитета у различных групп. Способы работы с негативной информацией, выявление репутационных рисков и минимизация ущерба от них. Понятие «корпоративной социальной ответственности» и факторы корпоративной социальной ответственности (КСО). Стратегия социально-ответственного

бизнеса в России: от спонсорства к социальному партнерству. Измерение эффективности КСО в рамках репутационного менеджмента.

Тема 7. Информационная атака как угроза репутации в Интернете.

Понятие информационной атаки. Информационная атака как часть информационной войны. Основные цели и площадки действия информационных войн. Факторы участия в информационных атаках. Как распознать информационную атаку на компанию. Влияние информационных атак на имидж и репутацию. Негативные последствия информационной атаки для репутации предприятия. Способы противодействия информационным атакам и ликвидации негативных последствий.

Тема 8. Репутационные риски и кризисные ситуации

Управление репутационными рисками, особенности коммуникаций при возникновении репутационного риска. Юридическая защита репутации. Противоречие, конфликт, кризис, кризисная ситуация. Понятие, виды кризиса, типологии кризисов. Кризис как способ продвижения. Кризисное управление, менеджмент. Коммуникации во время кризиса. Основные принципы взаимодействия во время кризиса. Рекомендации по предотвращению кризисных ситуаций. Влияние кризисных ситуаций на репутацию компании.

Тема 9. HR-репутация

Репутация работодателя, соискателя, сотрудника, руководства и первого лица. Особенности репутационного управления в HR-сфере. Распределение ответственности между PR и HR. Факторы, влияющие на HR-репутацию. Репутация работодателя в Интернете. Информационное поле работодателя в Интернете. Факторы формирования имиджа работодателя. Аудит имиджа и репутации работодателя в Интернете. Влияние корпоративной культуры на репутацию. Способы оценки репутации соискателя.

Планы семинарских занятий

Занятие 1. Семинар - развернутая беседа на тему: «Управление репутацией как направление профессиональной деятельности».

Цель семинарского занятия: рассмотреть основные понятия, теории и подходы, описывающие репутацию.

Задачи семинарского занятия:

- Закрепить определения, основные положения теории репутации
- Сравнить понятия «имидж» и «репутация»
- Научиться оценивать текущую репутацию и имидж организации

Вопросы для обсуждения:

1. Понятие репутации и соотношение со смежными понятиями «имидж», «авторитет», «доверие», «бренд».

2. Репутация в символическом и социальном капитале. Симулякры информационного общества.
3. Систематизация междисциплинарных подходов к пониманию сущности репутации: юридический подход, бухгалтерский подход, маркетинговый подход, менеджерский подход, коммуникационный подход.
4. Концепция маркетинга взаимоотношений и место репутации в ней.
5. Примеры симулякров в современном медиа пространстве, цель их создания, основы существования.
6. Достоинства и недостатки подхода к репутации как нематериальному активу (Гудвилл).
7. Актуальность концепции маркетинга взаимоотношений, ее проявления и предшественник.

Практическое задание №1.

В группах по произвольной компании опишите её транслируемый имидж, существующую репутацию. Выясните, каковы могут быть причины несоответствия транслируемого имиджа и сформированной репутации. Материалы для задания можно брать из открытых интернет-источников, собственного опыта.

Задания для самостоятельной работы:

Подготовить рефераты №№ 1-3

Литература основная: №№ 1-3, 6

Литература дополнительная: №№ 5-6

Занятие 2. Семинар - развернутая беседа на тему: «Параметры и компоненты деловой репутации».

Цель семинарского занятия: рассмотреть параметры и компоненты деловой репутации.

Задачи семинарского занятия:

- Закрепить знание параметров и компонентов деловой репутации
- Научиться выделять репутационную аудиторию
- Выявить репутационные риски

Вопросы для обсуждения:

1. Преимущества деловой репутации: маркетинговые, рыночные, корпоративные.
2. Носители репутации.
3. Целевые аудитории репутации.
4. Внешние и внутренние факторы формирования репутации.
5. Способы сегментации репутационной аудитории.
6. Параметры анализа репутационной аудитории.
7. Выявление ценностей репутационных аудиторий.

Практическое задание №2.

На примере выбранной компании проанализируйте группы аудиторий, в чьих глазах формируется репутация компании. Какие показатели влияют на

формирование репутации у каждой группы. Какие преимущества дает положительная репутация выбранной компании.

Задания для самостоятельной работы:

Подготовить рефераты №№ 4-6

Литература основная: №№ 1-3, 5, 6

Литература дополнительная: №№ 2, 3, 5, 6

Занятие 3. Семинар – круглый стол на тему: «Формирование имиджа: этапы, инструменты, способы оценки».

Цель семинарского занятия: рассмотреть этапы, инструменты и способы оценки формирования имиджа.

Задачи семинарского занятия:

- Научиться оценивать текущую репутацию и имидж организации
- Владеть навыками реализации репутационного управления через коммуникационную деятельность

Вопросы для обсуждения:

1. Соотношение понятий «имидж», «репутация».
2. Способы трансляции имиджа.
3. Имидж первого лица, габитарный имидж.
4. Айдентика: определение, элементы, подбор, тестирование, внедрение.
5. Креативные технологии трансляции имиджа.
6. Мифологизация, создание легенды для трансляции имиджа.

Практическое задание №3.

В группах по произвольной организации опишите её имидж. Каким образом он транслируется через айдентiku. Каким образом он транслируется в коммуникационной деятельности организации. Проанализируйте габитарный имидж публичной персоны (укажите на недостатки или достоинства сформированного имиджа). Каким образом можно исправить недостатки?

Задания для самостоятельной работы:

Подготовить рефераты №№ 7-9

Литература основная: №№ 1-3, 6

Литература дополнительная: №№ 1, 6

Занятие 4. Семинар – дискуссия на тему: «Интернет-репутация (ORM) организации».

Цель семинарского занятия: рассмотреть сущность и особенности интернет-репутации организации.

Задачи семинарского занятия:

- Оценить интернет-репутацию
- Владеть навыками репутационного управления в Интернете

Вопросы для обсуждения:

1. Свойства интернет-репутации.

2. Интернет-площадки, влияющие на репутацию организации.
3. Факторы, влияющие на формирование репутации в Сети.
4. Отзывы как репутационный риск.
5. Способы работы с негативными отзывами.

Практическое задание №4.

В группах проанализируйте информационное поле выбранной организации. Изучите, на каких площадках она представлена. Проанализируйте коммуникационную работу на этих площадках, актуальность информации, скорость ответа на комментарии пользователей., рубрики контента, влияющие на репутацию.

Задания для самостоятельной работы:

Подготовить рефераты №№ 10-12

Литература основная: №№ 1-3, 5, 6

Литература дополнительная: №№ 2, 3, 5

Занятие 5. Семинар – дискуссия на тему: «Репутационный аудит».

Цель семинарского занятия: рассмотреть сущность репутационного аудита.

Задачи семинарского занятия:

- Изучить методики репутационного аудита
- Изучить инструменты сбора информации для репутационного аудита
- Рассмотреть основы аудита в Интернете

Вопросы для обсуждения:

1. Методика репутационного аудита Даулинга, Сальниковой, Олейника и Лапшова.
2. Анализ документов, опрос и интервью как инструменты сбора информации для репутационного аудита.
3. Аудит при помощи автоматизированного ПО.
4. Рынок сервисов мониторинга упоминаний в Интернете.
5. Настройки синтаксиса сервисов мониторинга упоминаний.

Практическое задание №5.

В группах проведите анализ упоминаний компании в интернете при помощи любого сервисов мониторинга упоминаний. Выявите основную тональность упоминаний. Выявите пики упоминаний и опишите контекст упоминаний.

Задания для самостоятельной работы:

Подготовить рефераты №№ 13-15

Литература основная: №№ 1-3, 5, 6

Литература дополнительная: №№ 2, 3, 5

Занятие 6. Семинар - развернутая беседа на тему: «Технологии формирования и управления репутацией».

Цель семинарского занятия: рассмотреть технологии формирования и управления репутацией.

Задачи семинарского занятия:

- Изучить информационную политику
- Научиться прогнозировать риски
- Изучить корпоративную социальную ответственность
- Анализировать рейтинги в Интернете

Вопросы для обсуждения:

1. Разработка информационной политики.
2. Юридические способы защиты репутации.
3. Способы работы с негативной информацией, выявление репутационных рисков и минимизация ущерба от них.
4. Стратегия социально-ответственного бизнеса в России: от спонсорства к социальному партнерству.
5. Измерение эффективности КСО в рамках репутационного менеджмента.

Практическое задание № 6.

Выберите сферу деятельности, найдите и проанализируйте рейтинги, которые есть в этой сфере. Каким образом рейтинги влияют на репутацию. Можно ли манипулировать результатами рейтингов, каким образом, как это сказывается на репутации, если факт манипуляции вскрывается. Приведите примеры раскрытия информации и манипуляций с рейтингами.

Задания для самостоятельной работы:

Подготовить рефераты №№ 16-18

Литература основная: №№ 1-3, 5, 6

Литература дополнительная: №№ 2-6

Занятие 7. Семинар - развернутая беседа на тему: «Информационная атака как угроза репутации в Интернете».

Цель семинарского занятия: рассмотреть сущность информационных атак.

Задачи семинарского занятия:

- Изучить влияние информационных атак на имидж и репутацию
- Изучить механизмы выявления информационных атак
- Выявить какие возможности дает Интернет для информационных атак
- Научиться работать с последствиями информационных атак

Вопросы для обсуждения:

1. Информационная атака как часть информационной войны.
2. Механизмы выявления информационных атак.
3. Задачи информационных атак.
4. Факторы участия в информационных атаках.
5. Причины успеха информационных атак.

Практическое задание №7.

Рассмотрите пример информационной атаки на компанию. Выявите основные цели атакующей стороны. Опишите последствия атаки на имидж и репутацию компании. Как компания поступила в этой ситуации. Как бы поступили вы и какие бы способы противодействия предложили.

Задания для самостоятельной работы:

Подготовить рефераты №№ 19-21

Литература основная: №№ 1-4, 6

Литература дополнительная: №№ 2-4

Занятие 8. Семинар - дискуссия на тему: «Репутационные риски и кризисные ситуации».

Цель семинарского занятия: рассмотреть антикризисные коммуникации и риски в сфере репутации.

Задачи семинарского занятия:

- Изучить сущность кризисов
- Рассмотреть факторы, угрожающие репутации
- Научиться оценивать текущую репутацию и потенциальные репутационные риски
- Овладеть навыками реализации репутационного управления через антикризисную коммуникационную деятельность.

Вопросы для обсуждения:

1. Виды кризисов.
2. Противоречие, конфликт, кризис, кризисная ситуация.
3. Управление кризисом.
4. Коммуникации во время кризиса.
5. Основные принципы взаимодействия во время кризиса.

Практическое задание №8.

Найдите примеры репутационных кризисов. Проанализируйте, каким образом организации реагировали на кризис, коммуницировали и пытались минимизировать ущерб для репутации. На примере плохой антикризисной работы предложите свои рекомендации по выходу из кризиса.

Практическое задание №9

Проанализируйте возможные репутационные риски в сфере образования. Проведите опрос, является ли репутация одним из факторов, влияющих на решение о поступлении в вуз. Какие факторы влияют на репутацию вузов. Приведите примеры репутационных кризисов в сфере образования.

Задания для самостоятельной работы:

Подготовить рефераты №№ 22-24

Литература основная: №№ 1-3, 5, 6

Литература дополнительная: №№ 2, 3, 5

Занятие 9. Семинар – круглый стол на тему: «HR-репутация».

Цель семинарского занятия: изучить особенности организации HR-репутации.

Задачи семинарского занятия:

- Изучить факторы, угрожающие репутации в HR
- Владеть навыками реализации репутационного управления всех участников HR-сферы.

Вопросы для обсуждения:

1. Репутация соискателя, сотрудника, руководства, первого лица.
2. Особенности репутационного управления в HR-сфере.
3. Распределение ответственности между PR и HR за управление репутацией.
4. Влияние корпоративной культуры на репутацию.
5. Факторы формирования имиджа работодателя.

Практическое задание №10.

Проанализируйте ресурсы, на которых складывается репутация работодателя. Найдите примеры неэтичного поведения сотрудников, которые стали причиной репутационного кризиса.

Задания для самостоятельной работы:

Подготовить рефераты №№ 25-27

Литература основная: №№ 1-3, 5, 6

Литература дополнительная: №№ 1-3, 5, 6

7. Фонд оценочных средств для оценивания результатов обучения по дисциплине (модулю)

РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ по дисциплине (модулю)		Виды оценочных средств	ШКАЛА И КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТА ОБУЧЕНИЯ по дисциплине			
			2	3	4	5
Знать	основные представления о возможных последствиях принятых решений, последовательность действий в стандартных ситуациях (УК-	Реферат № 8, 10, 12, 13, 15, 16, 17, 22, 23, 24, 25 Тестовые вопросы № 2, 7, 8, 9, 10, 13, 14, 15, 18, 22 Практические задания № 3, 4, 6, 7, 8, 9 Вопросы для развернутого ответа № 5, 8, 9,	Отсутст вие знаний	Фрагмента рные знания	Общие , но не структ уриров анные знания	Сформ ирован ные систем атичес кие знания

3);	11, 13, 18 Контрольные вопросы (экзамен) № 5, 6, 12, 14, 16, 18, 19, 21, 22, 23, 24, 25, 33, 35, 37, 38				
условия предотвращения конфликтных ситуаций на основе толерантного восприятия социальных, этнических, конфессиональных и культурных различий (ОПК-2);	Реферат № 11, 12, 16, 17, 18, 22, 23, 24, 25 Тестовые вопросы № 5, 6, 8, 9, 11, 12, 13, 14, 15, 18 Практические задания № 2, 4, 6, 7, 8, 9, 10 Вопросы для развернутого ответа № 4, 8, 9, 11, 12, 13, 15, 16, 17, 18 Контрольные вопросы (экзамен) № 1, 5, 6, 8, 9, 11, 13, 14, 17, 19, 20, 21, 22, 32, 33, 35, 36, 37, 38, 39, 44, 45, 47	Отсутствие знаний	Фрагментарные знания	Общие, но не структурированные знания	Сформированные систематические знания
основные подходы, методы и инструменты цифрового маркетинга и информационно-коммуникационных технологий (СПК-1);	Реферат № 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 12, 13, 14, 15, 16, 19, 20, 21, 22, 24, 26, 27 Тестовые вопросы № 1, 2, 3, 4, 7, 10, 16, 17, 19, 20, 21, 22 Практические задания № 1, 2, 3, 5, 10 Вопросы для развернутого ответа № 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 9, 10, 13, 14, 15 Контрольные вопросы (экзамен) № 1, 2, 3, 4, 7, 8, 9, 10, 11, 14, 15, 16, 17, 22, 23, 25, 26, 27, 28, 29, 30, 31, 32, 34, 38, 40, 41,	Отсутствие знаний	Фрагментарные знания	Общие, но не структурированные знания	Сформированные систематические знания

		42, 43, 46, 47				
Уметь	<p>выделять и систематизировать основные представления об ответственности за принятые решения; нести социальную и этическую ответственность за принятые решения; критически оценивать принятые решения; избегать автоматического применения стандартных форм и приемов при решении нестандартных задач (УК-3);</p>	<p>Реферат № 8, 10, 12, 13, 15, 16, 17, 22, 23, 24, 25 Тестовые вопросы № 2, 7, 8, 9, 10, 13, 14, 15, 18, 22 Практические задания № 3, 4, 6, 7, 8, 9 Вопросы для развернутого ответа № 5, 8, 9, 11, 13, 18 Контрольные вопросы (экзамен) № 5, 6, 12, 14, 16, 18, 19, 21, 22, 23, 24, 25, 33, 35, 37, 38</p>	Отсутствие умений	Фрагментарные умения	Общие, но не структурированные умения	Сформированные систематические умения
	<p>использовать методы предотвращения конфликтных ситуаций на основе толерантного восприятия социальных, этнических, конфессиональных и культурных различий (ОПК-2);</p>	<p>Реферат № 11, 12, 16, 17, 18, 22, 23, 24, 25 Тестовые вопросы № 5, 6, 8, 9, 11, 12, 13, 14, 15, 18 Практические задания № 2, 4, 6, 7, 8, 9, 10 Вопросы для развернутого ответа № 4, 8, 9, 11, 12, 13, 15, 16, 17, 18 Контрольные вопросы (экзамен) № 1, 5, 6, 8, 9, 11, 13, 14, 17, 19, 20,</p>	Отсутствие умений	Фрагментарные умения	Общие, но не структурированные умения	Сформированные систематические умения

		21, 22, 32, 33, 35, 36, 37, 38, 39, 44, 45, 47				
	применять основные подходы, методы и инструменты цифрового маркетинга и информационно-коммуникационных технологий (СПК-1);	Реферат № 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 12, 13, 14, 15, 16, 19, 20, 21, 22, 24, 26, 27 Тестовые вопросы № 1, 2, 3, 4, 7, 10, 16, 17, 19, 20, 21, 22 Практические задания № 1, 2, 3, 5, 10 Вопросы для развернутого ответа № 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 9, 10, 13, 14, 15 Контрольные вопросы (экзамен) № 1, 2, 3, 4, 7, 8, 9, 10, 11, 14, 15, 16, 17, 22, 23, 25, 26, 27, 28, 29, 30, 31, 32, 34, 38, 40, 41, 42, 43, 46, 47	Отсутствия умений	Фрагментарные умения	Общие, но не структурированные умения	Сформированные систематические умения
Владеть	навыками анализа значимости, в том числе социальной и этической ответственности, за принятые решения, подходами к оценке действий в нестандартных ситуациях (УК-3);	Реферат № 8, 10, 12, 13, 15, 16, 17, 22, 23, 24, 25 Тестовые вопросы № 2, 7, 8, 9, 10, 13, 14, 15, 18, 22 Практические задания № 3, 4, 6, 7, 8, 9 Вопросы для развернутого ответа № 5, 8, 9, 11, 13, 18 Контрольные вопросы (экзамен) № 5, 6, 12, 14, 16, 18, 19, 21, 22, 23,	Отсутствия навыков (владения, опыта)	Фрагментарные навыки (владение, опыт)	Общие, но не структурированные навыки (владение)	Сформированные систематические навыки (владения), применяемые при решении задач

		24, 25, 33, 35, 37, 38				
	<p>навыками руководства коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОПК-2);</p>	<p>Реферат № 11, 12, 16, 17, 18, 22, 23, 24, 25 Тестовые вопросы № 5, 6, 8, 9, 11, 12, 13, 14, 15, 18 Практические задания № 2, 4, 6, 7, 8, 9, 10 Вопросы для развернутого ответа № 4, 8, 9, 11, 12, 13, 15, 16, 17, 18 Контрольные вопросы (экзамен) № 1, 5, 6, 8, 9, 11, 13, 14, 17, 19, 20, 21, 22, 32, 33, 35, 36, 37, 38, 39, 44, 45, 47</p>	Отсутствие навыков (владений, опыта)	Фрагментарные навыки (владение, опыт)	Общие, но не структурированные навыки (владение)	Сформированные систематические навыки (владения), применяемые при решении задач

	<p>навыками использования основных подходов, методов и инструментов цифрового маркетинга и информационно-коммуникационных технологий (СПК-1).</p>	<p>Реферат № 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 12, 13, 14, 15, 16, 19, 20, 21, 22, 24, 26, 27 Тестовые вопросы № 1, 2, 3, 4, 7, 10, 16, 17, 19, 20, 21, 22 Практические задания № 1, 2, 3, 5, 10 Вопросы для развернутого ответа № 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 9, 10, 13, 14, 15 Контрольные вопросы (экзамен) № 1, 2, 3, 4, 7, 8, 9, 10, 11, 14, 15, 16, 17, 22, 23, 25, 26, 27, 28, 29, 30, 31, 32, 34, 38, 40, 41, 42, 43, 46, 47</p>	<p>Отсутствие навыков (владений, опыта)</p>	<p>Фрагментарные навыки (владение, опыт)</p>	<p>Общие, но не структурированные навыки (владение)</p>	<p>Сформированные систематические навыки (владения), применяемые при решении задач</p>
--	---	--	---	--	---	--

Оценочные средства, необходимые для оценки результатов обучения.

Темы рефератов по дисциплине «Формирование репутации и информационные атаки в Интернете»

1. Концепция маркетинга взаимоотношений и место репутации в ней.
2. Достоинства и недостатки подхода к репутации как нематериальному активу (Гудвилл).
3. Актуальность концепции маркетинга взаимоотношений, ее проявления и предшественник.
4. Целевые аудитории репутации.
5. Способы сегментации репутационной аудитории.
6. Выявление ценностей репутационных аудиторий.
7. Айдентика: определение, элементы, подбор, тестирование, внедрение.
8. Креативные технологии трансляции имиджа.
9. Мифологизация, создание легенды для трансляции имиджа.
10. Факторы, влияющие на формирование репутации в Сети.
11. Отзывы как репутационный риск.

12. Способы работы с негативными отзывами.
13. Аудит при помощи автоматизированного ПО.
14. Рынок сервисов мониторинга упоминаний в Интернете.
15. Настройки синтаксиса сервисов мониторинга упоминаний.
16. Способы работы с негативной информацией, выявление репутационных рисков и минимизация ущерба от них.
17. Стратегия социально-ответственного бизнеса в России: от спонсорства к социальному партнерству.
18. Измерение эффективности КСО в рамках репутационного менеджмента.
19. Информационная атака как часть информационной войны.
20. Факторы участия в информационных атаках.
21. Причины успеха информационных атак.
22. Управление кризисом.
23. Коммуникации во время кризиса.
24. Основные принципы взаимодействия во время кризиса.
25. Распределение ответственности между PR и HR за управление репутацией.
26. Влияние корпоративной культуры на репутацию.
27. Факторы формирования имиджа работодателя.

Практические задания

1. В группах по произвольной компании опишите её транслируемый имидж, существующую репутацию. Выясните, каковы могут быть причины несоответствия транслируемого имиджа и сформированной репутации. Материалы для задания можно брать из открытых интернет-источников, собственного опыта.
2. На примере выбранной компании проанализируйте группы аудиторий, в чьих глазах формируется репутация компании. Какие показатели влияют на формирование репутации у каждой группы. Какие преимущества дает положительная репутация выбранной компании.
3. В группах по произвольной организации опишите её имидж. Каким образом он транслируется через айдентику. Каким образом он транслируется в коммуникационной деятельности организации. Проанализируйте габитарный имидж публичной персоны (укажите на недостатки или достоинства сформированного имиджа). Каким образом можно исправить недостатки?
4. В группах проанализируйте информационное поле выбранной организации. Изучите, на каких площадках она представлена. Проанализируйте коммуникационную работы на этих площадках, актуальность информации, скорость ответа на комментарии пользователей., рубрики контента, влияющие на репутацию.
5. В группах проведите анализ упоминаний компании в интернете при помощи любого сервисов мониторинга упоминаний. Выявите основную

тональность упоминаний. Выявите пики упоминаний и опишите контекст упоминаний.

6. Выберите сферу деятельности, найдите и проанализируйте рейтинги, которые есть в этой сфере. Каким образом рейтинги влияют на репутацию. Можно ли манипулировать результатами рейтингов, каким образом, как это сказывается на репутации, если факт манипуляции вскрывается. Приведите примеры раскрытия информации и манипуляций с рейтингами.

7. Рассмотрите пример информационной атаки на компанию. Выявите основные цели атакующей стороны. Опишите последствия атаки на имидж и репутацию компании. Как компания поступила в этой ситуации. Как бы поступили вы и какие бы способы противодействия предложили.

8. Найдите примеры репутационных кризисов. Проанализируйте, каким образом организации реагировали на кризис, коммуницировали и пытались минимизировать ущерб для репутации. На примере плохой антикризисной работы предложите свои рекомендации по выходу из кризиса.

9. Проанализируйте возможные репутационные риски в сфере образования. Проведите опрос, является ли репутация одним из факторов, влияющих на решение о поступлении в вуз. Какие факторы влияют на репутацию вузов. Приведите примеры репутационных кризисов в сфере образования.

10. Проанализируйте ресурсы, на которых складывается репутация работодателя. Найдите примеры неэтичного поведения сотрудников, которые стали причиной репутационного кризиса.

Примерные вопросы для развернутого ответа

1. Понятие репутации и соотношение со смежными понятиями «имидж», «авторитет», «доверие», «бренд».
2. Систематизация междисциплинарных подходов к пониманию сущности репутации: юридический подход, бухгалтерский подход, маркетинговый подход, менеджерский подход, коммуникационный подход.
3. Преимущества деловой репутации: маркетинговые, рыночные, корпоративные.
4. Параметры анализа репутационной аудитории.
5. Способы трансляции имиджа.
6. Имидж первого лица, габитарный имидж.
7. Свойства интернет-репутации.
8. Интернет-площадки, влияющие на репутацию организации.
9. Методика репутационного аудита Даулинга, Сальниковой, Олейника и Лапшова.
10. Анализ документов, опрос и интервью как инструменты сбора информации для репутационного аудита
11. Разработка информационной политики.
12. Юридические способы защиты репутации.
13. Механизмы выявления информационных атак.

14. Задачи информационных атак.
15. Виды кризисов.
16. Противоречие, конфликт, кризис, кризисная ситуация.
17. Репутация работодателя, соискателя, сотрудника, руководства, первого лица.
18. Особенности репутационного управления в HR-сфере.

ЗАДАНИЯ ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ СТУДЕНТОВ:

Тестовые задания для проведения промежуточной аттестации по дисциплине «Формирование репутации и информационные атаки в Интернете»

1. К элементам идентичности компании относятся:

- а) нейминг;
- б) философия компании;
- в) реноме;
- г) миссия компании.

2. Инструментом мониторинга упоминания компании в офлайн СМИ является:

- а) Webometrics;
- б) IQBuzz;
- в) Медиалогия;
- г) Youscan.

3. Какие активы компании относятся к нематериальным?

- а) технологические (патенты, ноу-хау, авторские права);
- б) финансовые (счета, прибыль, задолженности);
- в) недвижимые (производственные здания, офисные помещения);
- г) организационно-культурные (ценности и социальные нормы, способствующие формированию лояльности сотрудников).

4. По российскому законодательству деловой репутацией априори обладают:

- а) физические лица;
- б) юридические лица;
- в) физические и юридические лица;
- г) частные лица.

5. Иски о деловой репутации организации рассматриваются в:

- а) арбитражных судах;
- б) конституционных судах;
- в) судах общей юрисдикции;

г) во всех перечисленных.

6. Иски о защите репутации человека рассматриваются в:

- а) арбитражных судах;
- б) конституционных судах;
- в) судах общей юрисдикции;
- г) во всех перечисленных.

7. Гудвилл бывает:

- а) только положительным и выражается в надбавке к стоимости компании;
- б) только отрицательным и выражается в скидке на стоимость компании;
- в) положительным и отрицательным и выражается в надбавке или скидке по отношению к стоимости компании;
- г) только отрицательным и означает упущенные возможности компании.

8. Имеет ли значение размер бизнеса и его профиль для управления репутацией?

- а) не имеет значения;
- б) имеет значение для B2B;
- в) имеет значение для B2C;
- г) имеет значение для B2B и B2C.

9. Зачем нужно управление репутацией?

- а) для создания позитивного восприятия бренда, компании и персонала;
- б) для повышения трафика и продаж;
- в) для получения конкурентных преимуществ;
- г) для уменьшения показателя отказов на сайте.

10. Какие ресурсы мониторит сервис Яндекс.Поиск по блогам?

- а) поисковую выдачу, социальные медиа;
- б) форумы, социальные сети, блоги;
- в) Instagram, Foursquare, социальные сети;
- г) поисковую выдачу, форумы, блоги.

11. Сколько в среднем живет информационный повод?

- а) месяц;
- б) две недели;
- в) двое суток;
- г) два часа.

12. Сколько процентов аудитории социальных сетей является основным генератором контента?

- а) 1%;
- б) 10%;
- в) 50%;

г) 80%.

13. В течение какого времени нужно отвечать пользователю на негативный отзыв?

- а) неделя;
- б) сутки;
- в) два часа;
- г) несколько суток.

14. Какого вида негатива не существует?

- а) конструктивный;
- б) эмоциональный;
- в) сарказм;
- г) троллинг.

15. Почему необходимо отписываться пользователю, когда его проблема будет решена?

- а) пользователь может написать еще негативные посты;
- б) мы пытаемся максимально показать свою клиентоориентированность;
- в) мы информируем пользователя о дальнейшем развитии событий;
- г) мы пытаемся выиграть время для решения проблемы.

16. Косвенная информационная атака – это...

- а) информационное воздействие на массовое сознание для изменения поведения людей и навязывания им целей;
- б) создание недостоверной информации, которую недруг будет принимать за истину, без внутреннего вмешательства в информационное поле противника;
- в) непосредственное вмешательство в информационное пространство противника, внедрение в его среду ложной информации.
- г) навязывание определенных стандартов образа жизни и системы ценностей.

17. Какие из нижеперечисленных особенностей Интернета способствуют успеху информационных атак?

- а) анонимность;
- б) мультимедийность;
- в) отсутствие верификации;
- г) все перечисленное.

18. Эффект Монсона – это;

- а) феномен, выражающийся в том, что попытка удаления актуальной негативной информации приводит к её более широкому распространению;
- б) боязнь политика посещать места с неподготовленной публикой;
- в) феномен, выражающийся в том, что негативные отзывы привлекают больше внимания, чем позитивные;
- г) прямолинейность речи политика.

19. К группам целевой аудитории репутации не относятся:

- а) нормативные;
- б) конфронтационные;
- в) диффузные;
- г) функциональные.

20. Нормативными группами целевой аудитории репутации являются:

- а) рейтинговые агентства;
- б) СМИ;
- в) сотрудники;
- г) потребители.

21. Функциональными группами целевой аудитории репутации являются:

- а) рейтинговые агентства;
- б) СМИ;
- в) Сотрудники;
- г) совет директоров.

22. Концепция ZMOT (Zero Moment of Truth) транслирует идею о том, что:

- а) покупатель принимает решение перед походом в магазин на основе отзывов и рекомендаций;
- б) покупатель принимает решение о приобретении товара после его использования (семплинга);
- в) покупатель принимает решение о приобретении товара в течение 7-ми секунд, когда он оказался в магазине у полки с товарами;
- г) покупатель принимает решение о приобретении товара после консультации персонала магазина.

**Примерные вопросы к итоговой аттестации по дисциплине
«Формирование репутации и информационные атаки в Интернете»**

1. Сущность управления репутацией, её функции и задачи.
2. Законы существования организации. Разновидности организации.
3. Корпоративная культура организации. Компоненты корпоративной культуры, ее функции.
4. Типы корпоративной культуры, формальные и неформальные ценности.
5. Управление репутацией организации, корпоративный репутационный PR.
6. Стратегия конструирования репутации и политика информационной открытости.

7. Коммуникационный менеджмент и публичная риторика.
8. Коммуникационный процесс и его структура. Специалисты, обеспечивающие коммуникационный процесс.
9. Особенности работы руководителя. Стили управления. Стили коммуникаций как характеристика менеджера.
10. Коммуникация и информация. Информационно-инструментальная парадигма изучения коммуникации.
11. Информационно-коммуникационная модель управления. Классификация информации.
12. Требования к управленческой информации. Алгоритм информационного поиска.
13. Коммуникационный менеджмент как процесс. Коммуникатор, целевая аудитория, ключевое сообщение, каналы коммуникаций.
14. Виды публичного общения. Средства публичной коммуникации. Методы воздействия.
15. Интегрированные маркетинговые коммуникации в коммуникационном менеджменте.
16. Принципы планирования в коммуникационном менеджменте.
17. Коммуникационная программа как основа планирования. Определение проблемы.
18. Планирование и программирование как этап коммуникационной программы: что необходимо изменить, сделать, исходя из известного о ситуации?
19. Действие и коммуникация как этап коммуникационной программы: кто, где, как именно, когда должен это сделать?
20. Оценка и контроль коммуникационной программы для поддержания репутации.
21. Принципы принятия решений в коммуникационном менеджменте. Природа процесса принятия решений. Организационные решения.
22. Подходы к принятию решений. Рациональное решение.
23. Системный и ситуационный подходы к управлению. Моделирование ситуаций.
24. Принципы составления программы коммуникологического исследования.
25. Методы и приемы сбора данных для изучения репутации: наблюдение, контент-анализ, анкетные опросы и интервью, коммуникационный аудит.
26. Компьютерные программы обработки социальной информации.
27. Функции коммуникационного менеджмента в промышленном и коммерческом секторе.
28. Основные характеристики репутационных технологий.
29. В чем сходство и в чем отличие технологий имиджирования от репутационных технологий?
30. Виды публичного общения.
31. Охарактеризуйте средства публичной коммуникации?
32. Методы публичного воздействия.
33. Процедуры планирования и контроля PR-акций.

34. Сущность информационной атаки и ее связь с информационной войной.
35. Как распознать информационную атаку на компанию?
36. Влияние информационных атак на имидж и репутацию.
37. Способы противодействия информационным атакам и ликвидации негативных последствий.
38. Меры упреждения и преодоления кризисных ситуаций и массовых конфликтов публичного общения.
39. Перечислите различия «белого» и «черного» PR, дайте краткую характеристику этим отличиям.
40. Каковы основные права и обязанности СМИ?
41. Каковы правовые гарантии деятельности СМИ?
42. Какие виды наказания установлены для нарушителей законодательства о СМИ?
43. Что такое социальный маркетинг? Приведите примеры его деятельности.
44. Каковы роль и место организации связи с общественностью в системе муниципального управления?
45. Раскройте специфику деятельности служб по связи с общественностью, действующих на местном уровне.
46. Каковы основные факторы интеллектуализации менеджмента?
47. Какой смысл понятия «культура управленческого общения»?

Учебно-методические рекомендации для обеспечения самостоятельной работы

Самостоятельная работа обеспечивает подготовку студента к текущим аудиторным занятиям и контрольным мероприятиям. Самостоятельная работа включает: проработку конспекта лекций и учебной литературы, поиск (подбор) и обзор литературы, электронных источников информации по индивидуально заданной проблеме курса, а также выполнение домашнего задания или домашней контрольной работы, выдаваемых на практических занятиях.

Одним из важных методов самостоятельной работы студента является работа с научной литературой. При работе с книгой необходимо подобрать литературу, научиться правильно ее читать, вести записи. Для подбора литературы в библиотеке используются алфавитный и систематический каталоги. Важно помнить, что рациональные навыки работы с книгой позволяют экономить время и повышают продуктивность. Правильный подбор учебников рекомендуется преподавателем, читающим лекционный курс. Необходимая литература может быть также указана в методических разработках по данному курсу.

Основные *приемы* можно свести к следующим:

- составить перечень книг, с которыми следует познакомиться;
- перечень должен быть систематизированным (что необходимо для семинаров, экзаменов, что пригодится для написания курсовых и дипломных работ, а что выходит за рамки официальной учебной деятельности и расширяет общую культуру);
- обязательно выписывать все выходные данные по каждой книге (при написании курсовых и дипломных работ это позволит экономить время);
- определить, какие книги (или какие главы книг) следует прочитать более внимательно, а какие – просто просмотреть;
- все прочитанные книги, учебники и статьи следует конспектировать, но это не означает, что надо конспектировать «все подряд»: можно выписывать кратко основные

идеи автора и иногда приводить наиболее яркие и показательные цитаты (с указанием страниц);

- если книга – собственная, то допускается делать на полях книги краткие пометки или же в конце книги, на пустых страницах просто сделать свой «предметный указатель», где отмечаются наиболее интересные мысли и обязательно указываются страницы в тексте автора;

- следует выработать способность «воспринимать» сложные тексты; для этого лучший прием – научиться «читать медленно», когда понятно каждое прочитанное слово (а если слово незнакомое, то либо с помощью словаря, либо с помощью преподавателя обязательно его узнать);

Таким образом, чтение научного текста является частью познавательной деятельности. Ее цель – извлечение из текста необходимой информации. От того насколько осознанно читающим собственная внутренняя установка при обращении к печатному слову (найти нужные сведения, усвоить информацию полностью или частично, критически проанализировать материал и т.п.) во многом зависит эффективность осуществляемого действия.

Грамотная работа с научной литературой, предполагает соблюдение ряда правил. Прежде всего, при такой работе необходимо сознательное усвоение прочитанного, осмысление его, стремление дойти до сути, невозможен формальный, поверхностный подход, механическое заучивание, простое накопление цитат, выдержек. При работе над книгой требуется определенная последовательность.

Вначале следует ознакомиться с оглавлением, содержанием предисловия или введения. Это дает общую ориентировку, представление о структуре и вопросах, которые рассматриваются в книге. Следующий этап – чтение. Первый раз целесообразно прочитать книгу с начала до конца, чтобы получить о ней цельное представление. При повторном чтении происходит постепенное глубокое осмысление каждой главы, критического материала и позитивного изложения; выделение основных идей, системы аргументов, наиболее ярких примеров и т.д. Непременным правилом чтения должно быть выяснение незнакомых слов, терминов, выражений, неизвестных имен, названий. Важная роль принадлежит библиографической подготовке студентов. Она включает в себя умение активно, быстро пользоваться научным аппаратом книги, справочными изданиями, каталогами, умение вести поиск необходимой информации, обрабатывать и систематизировать ее.

В рамках учебной деятельности основным для студентов является изучающее чтение – оно позволяет в работе с учебной литературой накапливать знания. Кроме того, при овладении данным видом чтения формируются основные приемы, повышающие эффективность работы с научным текстом.

Научная методика работы с литературой предусматривает также ведение записи прочитанного. Это позволяет привести в систему знания, полученные при чтении, сосредоточить внимание на главных положениях, зафиксировать, закрепить их в памяти, а при необходимости вновь обратиться к ним.

Одной из форм обучения студентов, направленных на организацию и повышение уровня их самостоятельной работы, а также на усиление контроля за этой работой является написание реферата.

Целью написания реферата является приобретение навыков самостоятельной работы с литературой с тем, чтобы на основе их анализа и обобщения студенты могли делать собственные выводы теоретического и практического характера, обосновывая их соответствующим образом.

Реферат более объемный вид самостоятельной работы студента, содержащий информацию, дополняющую и развивающую основную тему, изучаемую на аудиторных занятиях. Ведущее место занимают темы, представляющие профессиональный интерес, несущие элемент новизны. Реферативные материалы должны представлять письменную

модель первичного документа – научной работы, монографии, статьи. Реферат может включать обзор нескольких источников и служить основой для доклада на определенную тему на семинарах, конференциях.

Регламент озвучивания реферата – 7-10 мин.

Слово "реферат" (от латинского – *referre* – докладывать, сообщать) означает сжатое изложение в устной или письменной форме содержания какого-либо вопроса или темы на основе критического обзора информации.

При подготовке реферата необходимо соблюдать следующие правила. Определить идею и задачу реферата. Следует помнить, что реферат будут читать другие. Поэтому постоянно задавайте себе вопрос, будет ли понятно написанное остальным, что интересного и нового найдут они в работе.

Ясно и четко сформулировать тему или проблему. Она не должна быть слишком общей.

Найти нужную литературу по выбранной теме. Составить перечень литературы, которая обязательно должна быть прочитана.

После предварительной подготовки следует приступить к написанию реферата. Прежде всего, составить план, выделить в нем части.

Введение, в котором раскрывается цель и задачи сообщения; здесь необходимо сформулировать социальную или политическую проблему, которая будет проанализирована в реферате, изложить своё отношение к ней, то есть мотивацию выбора; определить особенность постановки данной проблемы авторами изученной литературы; объяснить актуальность и социальную значимость выбранной темы.

Основная часть. Разделы, главы, параграфы основной части должны быть направлены на рассмотрение узловых моментов в теме реферата. Изложение содержания изученной литературы предполагает его критическое осмысление, глубокий логический анализ.

Каждый раздел основной части реферата предполагает детальное изучение отдельного вопроса темы и последовательное изложение структуры текстового материала с обязательными ссылками на первоисточник. В целом, содержание основной части должно отражать позиции отдельных авторов, сравнительную характеристику этих позиций, выделение узловых вопросов дискурса по выбранной для исследования теме.

Студент должен показать свободное владение основными понятиями и категориями авторского текста. Для лучшего изложения сущности анализируемого материала можно проиллюстрировать его таблицами, графиками, сравнением цифр, цитатами.

Заключение. В заключении автор реферата должен сформулировать личную позицию в отношении изученной проблемы и предложить, может быть, свои способы её решения.

Целесообразно сделать общие выводы по теме реферата и ещё раз отметить её актуальность и социальную значимость.

Список использованных источников и литературы.

Начать реферат можно с изложения яркого, впечатляющего факта, который требует пояснения. Далее изложение должно идти от простого – к сложному. Не останавливайтесь на подробностях. Главное требование к реферату - максимум пользы для читателя при минимуме информации.

В зависимости от содержания и назначения в учебном процессе рефераты можно подразделить на две основные группы (типы): научно-проблемные и обзорно-информационные.

Научно-проблемный реферат. При написании такого реферата студент должен изучить и кратко изложить имеющиеся в литературе суждения по определенному, спорному в теории, вопросу (проблеме) по данной изучаемой теме, высказать по этому вопросу (проблеме) собственную точку зрения с соответствующим ее обоснованием.

На основе написанных рефератов возможна организация «круглого стола» студентов данной учебной группы. В таких случаях может быть поставлен доклад студента, реферат которого преподавателем признан лучшим, с последующим обсуждением проблемы всей группой студентов.

Обзорно-информационный реферат. Разновидностями такого реферата могут быть:

1) краткое изложение основных положений той или иной книги, монографии, другого издания (или их частей: разделов, глав и т.д.) как правило, только что опубликованных, содержащих материалы, относящиеся к изучаемой теме по курсу дисциплины. По рефератам, содержание которых может представлять познавательный интерес для других студентов, целесообразно заслушивать в учебных группах сообщения их авторов;

2) подбор и краткое изложение содержания статей по определенной проблеме (теме, вопросу), опубликованных в различных журналах за тот или иной период, либо в сборниках («научных трудах», «ученых записках» и т.д.). Такой реферат может рассматриваться и как первоначальный этап в работе по теме курсовой работы.

Темы рефератов определяются преподавателем, ведущим занятия в студенческой группе. Литература либо рекомендуется преподавателем, либо подбирается студентом самостоятельно, что является одним из элементов самостоятельной работы.

Объем реферата должен быть в пределах 15-20 страниц машинописного текста через 1,5 интервала. При оформлении реферата необходимо ориентироваться на правила, установленные для оформления курсовых работ.

Написание реферата и его защита перед преподавателем или группой предполагает, что студент должен знать правила написания и оформления реферата, а также уметь подготовить сообщение по теме своего реферата, быть готовым отвечать на вопросы преподавателя и студентов по содержанию реферата.

Роль студента: написание реферата имеет особенности, касающиеся: выбора литературы (основной и дополнительной); изучения информации (уяснение логики материала источника, выбор основного материала, краткое изложение, формулирование выводов); оформления реферата согласно установленной форме.

Критерии оценки:

- актуальность темы;
- соответствие содержания теме;
- глубина проработки материала;
- грамотность и полнота использования источников;
- соответствие оформления реферата требованиям.

Важной частью самостоятельной работы студента является написание эссе.

Эссе - это прозаическое сочинение небольшого объема и свободной композиции, выражающее индивидуальные впечатления и соображения по конкретному поводу или вопросу и заведомо не претендующее на определяющую или исчерпывающую трактовку предмета.

Цель эссе состоит в развитии таких навыков, как самостоятельное творческое мышление и письменное изложение собственных мыслей. Написание эссе позволяет автору научиться четко и грамотно формулировать мысли, структурировать информацию, использовать основные понятия, выделять причинно-следственные связи, иллюстрировать опыт соответствующими примерами, аргументировать свои выводы.

Структура эссе определяется предъявляемыми к нему требованиями:

1. мысли автора эссе по проблеме излагаются в форме кратких тезисов.
2. мысль должна быть подкреплена доказательствами - поэтому за тезисом следуют аргументы.

Аргументы - это факты, явления общественной жизни, события, жизненные ситуации и жизненный опыт, научные доказательства, ссылки на мнение ученых и др. Лучше приводить два аргумента в пользу каждого тезиса: один аргумент кажется неубедительным, три аргумента могут "перегрузить" изложение, выполненное в жанре, ориентированном на краткость и образность.

Таким образом, эссе приобретает кольцевую структуру (количество тезисов и аргументов зависит от темы, избранного плана, логики развития мысли):

- вступление
- тезис, аргументы
- тезис, аргументы
- тезис, аргументы
- заключение.

При написании эссе важно также учитывать следующие моменты:

1. Вступление и заключение должны фокусировать внимание на проблеме (во вступлении она ставится, в заключении - резюмируется мнение автора).
2. Необходимо выделение абзацев, красных строк, установление логической связи абзацев: так достигается целостность работы.
3. Стил изложения: эссе присущи эмоциональность, экспрессивность, художественность. Должный эффект обеспечивают короткие, простые, разнообразные по интонации предложения, умелое использование "самого современного" знака препинания - тире. Стил отражает особенности личности.

Эссе по содержанию бывают:

- описательные,
- повествовательные,
- рефлексивные,
- критические,
- аналитические,
- литературные и др

Признаки эссе

Можно выделить некоторые общие признаки (особенности) жанра, которые обычно перечисляются в энциклопедиях и словарях:

1. *Небольшой объем.*

Каких-либо жестких границ, не существует. Объем эссе - от трех до семи страниц компьютерного текста.

2. *Конкретная тема и подчеркнута субъективная ее трактовка.*

Тема эссе всегда конкретна. Эссе не может содержать много тем или идей (мыслей). Оно отражает только один вариант, одну мысль. И развивает ее. Это ответ на один вопрос.

3. *Свободная композиция* - важная особенность эссе.

Эссе по своей природе устроено так, что не терпит никаких формальных рамок. Оно нередко строится вопреки законам логики, подчиняется произвольным ассоциациям, руководствуется принципом "Всё наоборот".

4. *Непринужденность повествования.*

Автору эссе важно установить доверительный стил общения с читателем; чтобы быть понятным, он избегает намеренно усложненных, неясных, излишне строгих построений. Считается, что хорошее эссе может написать только тот, кто свободно владеет темой, видит ее с различных сторон и готов предъявить читателю не исчерпывающий, но многоаспектный взгляд на явление, ставшее отправной точкой его размышлений.

5. *Склонность к парадоксам.*

Эссе призвано удивить читателя (слушателя) - это, по мнению многих исследователей, его обязательное качество. Отправной точкой для размышлений, воплощенных в эссе, нередко является афористическое, яркое высказывание или парадоксальное определение, буквально сталкивающее на первый взгляд бесспорные, но взаимоисключающие друг друга утверждения, характеристики, тезисы.

6. *Внутреннее смысловое единство*

Возможно, это один из парадоксов жанра. Свободное по композиции, ориентированное на субъективность, эссе вместе с тем обладает внутренним смысловым единством, т.е. согласованностью ключевых тезисов и утверждений, внутренней гармонией аргументов и ассоциаций, непротиворечивостью тех суждений, в которых выражена личностная позиция автора.

7. *Ориентация на разговорную речь*

В то же время необходимо избегать употребления в эссе сленга, шаблонных фраз, сокращения слов, чересчур легкомысленного тона. Язык, употребляемый при написании эссе, должен восприниматься серьезно. Итак, при написании эссе важно определить (уяснить) его тему, определить желаемый объем и цели каждого параграфа.

Начните с главной идеи или яркой фразы. Задача - сразу захватить внимание читателя (слушателя). Здесь часто применяется сравнительная аллегория, когда неожиданный факт или событие связывается с основной темой.

Правила написания эссе

- Из формальных правил написания эссе можно назвать только одно - наличие заголовка.
- Внутренняя структура эссе может быть произвольной. Поскольку это малая форма письменной работы, то не требуется обязательное повторение выводов в конце, они могут быть включены в основной текст или в заголовок.
- Аргументация может предшествовать формулировке проблемы. Формулировка проблемы может совпадать с окончательным выводом.

Ошибки при написании эссе

1 Плохая проверка.

Не думайте, что можно ограничиться лишь проверкой правописания.

Перечитайте свои эссе и убедитесь в том, что там нет каких - либо двусмысленных выражений, неудачных оборотов и т. д.

2 Утомительные предисловия. Недостаточное количество деталей.

Слишком часто интересное эссе проигрывает в том, что представляет собой перечисление утверждений без иллюстрации их примерами. Для эссе характерны обычные клише: важность усердной работы и упорства, учеба на ошибках и т. д.

3 Многословие.

Эссе ограничены определенным количеством слов, поэтому вам необходимо разумно распорядиться этим объемом. Иногда это означает отказ от каких-то идей или подробностей, особенно, если они уже где-то упоминались или не имеют непосредственного отношения к делу. Такие вещи только отвлекают внимание читателя (слушателя) и затмевают основную тему эссе.

4 Длинные фразы.

Длинные фразы еще не доказывают правоту автора, а короткие предложения часто производят больший эффект. Лучше всего, когда в эссе длинные фразы чередуются с короткими. Не перегружайте эссе.

При написании эссе отбросьте слова из энциклопедий. Неправильное употребление таких слов отвлекает внимание, приуменьшает значение эссе.

Методические материалы для проведения процедур оценивания результатов обучения

Для подготовки к контрольным работам и тестам студентов рекомендуется:

Самостоятельно дать письменный ответ на вопрос, рассматриваемый в рамках учебной дисциплины. Содержание ответа на поставленный вопрос включает: знание теории, выделение актуальных проблем данной темы в сфере общественной жизни.

Качество письменной работы оценивается, прежде всего, по тому, насколько самостоятельно и правильно студент раскрывает содержание главных вопросов темы, использует знание рекомендованных к теме первоисточников. При изложении материала следует стремиться к тому, чтобы каждое теоретическое положение было убедительно

аргументировано и всесторонне обосновано, а также подкреплено практическим материалом.

Ключевым моментов в облегчении подготовки к **контрольным работам и тестам** является активная работа студентов на занятиях (внимательное прослушивание и тщательное конспектирование лекций, активное участие в практических занятиях) и регулярное повторение материала и выполнение домашних заданий. В таком случае требуется минимальная подготовка, заключающаяся в повторении и закреплении уже освоенного материала.

Устный опрос (По всем разделам дисциплины).

Преподаватель ставит студентам вопросы по содержанию изученного материала и побуждает их к ответам, выявляя, таким образом, степень его усвоения.

Критерии ответов студентам во время устного опроса:

5 баллов	Студент на каждом занятии обнаруживает знание теории, активно участвует в обсуждении предлагаемых вопросов, критически оценивает предлагаемые решения, демонстрирует способность к самостоятельной работе.
3-4 балла	Студент на каждом занятии обнаруживает знание теории, участвует в обсуждении предлагаемых вопросов, критически оценивает предлагаемый материал, иногда демонстрирует способность к самостоятельной работе.
1-2 балла	Студент демонстрирует фрагментарное знание основной теории. На занятиях ведет себя пассивно.
0 баллов	Студент не участвует в работе.

КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ

Критерии оценки презентации доклада (сообщения):

Презентация доклада (сообщения) на семинаре

9-10 баллов	Студент активно занимался подготовкой презентации, в том числе с использованием современной экономической литературы, глубоко погружен в тему и может ответить на любой вопрос относительно ее содержания. Сама презентация логически построена, орфографически и стилистически грамотная, содержит интересные данные и вызывает у присутствующих живой интерес. Выступающему задают дополнительные уточняющие вопросы.
7-8 баллов	Студент занимался подготовкой презентации, владеет темой и может ответить на большинство вопросов относительно ее содержания. Однако материал проанализирован недостаточно глубоко. Сама презентация логически построена, содержит орфографические и стилистические ошибки и вызывает у присутствующих интерес.
5-6 баллов	Студент слабо занимался подготовкой презентации, плохо разбирается в теме и не может ответить на вопросы относительно ее содержания. Сама презентация логически плохо построена, содержит орфографические и стилистические ошибки, не вызывает у присутствующих интереса.

менее 5 баллов	Студент не подготовил презентацию или она не отвечает критериям качества
----------------	--

Критерии оценки подготовленного эссе:

9-10 баллов	Эссе написано в соответствии со структурой, при написании использованы разнообразные источники. Студент показал глубокое погружение в тему, сформулировал и обосновал собственную точку зрения на проблемы. Эссе логически выстроено, стилистически грамотно, содержит разнообразные примеры из практики/теории, подтверждающие выводы.
7-8 баллов	Эссе написано в соответствии со структурой, при написании использованы разнообразные источники. Студент показал недостаточно глубокое погружение в тему, в формулировке собственной точки зрения присутствуют отдельные недостатки. Эссе логически выстроено, стилистически грамотно.
5-6 баллов	Присутствует нарушение структуры эссе. Студент демонстрирует поверхностное знание и понимание темы; не сформулировал собственную точку зрения. Эссе содержит стилистические и орфографические ошибки
менее 5 баллов	Эссе не раскрывает содержание проблемы и/или является плагиатом.

Критерии оценки подготовленного реферата:

11-15 баллов	Реферат логически выстроен и содержание излагается на хорошем русском языке. Студент свободно владеет понятийным аппаратом дисциплины, ссылается на необходимые источники, соответствующие поставленной цели, свободно ориентируется в проблеме, аргументирует свою позицию, подкрепляет дополнительной информацией, демонстрирует свою эрудицию, отсутствуют орфографические, пунктуационные, стилистические, фактические ошибки. Текст реферата самостоятельный, не вторичный, присутствуют обоснованные выводы.
6-10 баллов	В реферате не прослеживается явная логика, он излагается на приемлемом русском языке. Студент не в полной мере может аргументировать и обосновать свою позицию, использует отдельную специализированную лексику, ссылается на необходимые источники, соответствующие поставленной цели, однако присутствуют отдельные незначительные орфографические, пунктуационные, стилистические, фактические ошибки. Текст реферата самостоятельный, не вторичный, присутствуют обоснованные выводы.
1-5 баллов	В реферате полностью отсутствует явная логика, он излагается на приемлемом русском языке. Студент владеет лишь основными источниками и литературой, ориентируется в некоторых из них, использует отдельную специализированную лексику, допускает отдельные, но значительные орфографические, пунктуационные, стилистические, фактические ошибки. Текст реферата самостоятельный, не вторичный, присутствуют недостаточно обоснованные выводы.
менее 1 балла	Реферат содержит бессистемно представленный текст. Студент не

	ориентируется в источниках, не использует специализированную лексику, допускает большое количество значительных орфографических, пунктуационных, стилистических, фактических ошибок. Текст реферата несамостоятельный, вторичный, отсутствуют выводы.
--	---

Критерии выполнения разбора кейса:

11-15 баллов	Ответ логически выстроен и излагается на хорошем русском языке. Студент свободно владеет понятийным аппаратом дисциплины, ссылается на необходимые источники, свободно ориентируется в проблеме, аргументирует свою позицию, подкрепляет дополнительной информацией, демонстрирует свою эрудицию, тем самым дает исчерпывающие ответы на все вопросы, а также правильно решает задачу
6-10 баллов	В ответе не прослеживается явная логика, он излагается на приемлемом русском языке. Студент не в полной мере может аргументировать и обосновать свою позицию, использует при ответе отдельную специализированную лексику, дает удовлетворительные ответы на вопросы, поставленные в кейсе.
1-5 баллов	В ответе полностью отсутствует явная логика, он излагается на приемлемом русском языке. Студент владеет лишь основными источниками и литературой, ориентируется в некоторых из них, использует при ответе отдельную специализированную лексику, дает удовлетворительные ответы.
менее 1 балла	Ответ излагается бессистемно, речь несвязанная. Студент не ориентируется в них, при ответе не использует специализированную лексику, дает неудовлетворительные ответы

Круглый стол

Концепция круглого стола: на обсуждения приглашаются специалисты (преподаватели, занимающиеся данной проблематикой, специалисты исследовательских центров и т.д.), внутри группы студентов выбирается модератор, который будет организовывать дискуссию.

Остальные студенты становятся участниками круглого стола. Начинается круглый стол с выступления преподавателя и приглашенных участников, затем сообщения делают участники семинара (мини-выступления по 5-7 мин.). Участники излагают собственную точку зрения на современные проблемы, возникающие в сфере делового общения, аргументируют свою позицию, задают вопросы коллегам, коллективно обсуждают пути решения данных проблем. Ожидаемые результаты: умение аргументировать и обосновывать позицию, умение представлять результаты своего анализа на публике, умение работать в группе, умение грамотно ставить вопросы, делать оценку ответам коллег.

Критерии выступлений студентов во время проведения «Круглого стола»:

5 баллов	Выставляется студенту, если он использовал при подготовке к круглому столу дополнительную рекомендованную и/или самостоятельно найденную литературу, демонстрирует знание иностранных и отечественных работ по проблематике круглого стола, свободно владеет базовыми знаниями по теме, хорошо
----------	--

	логически выстраивает и презентует материал, приводит адекватные примеры; грамотно аргументирует свою позицию;
3-4 балла	Выставляется студенту, если он демонстрирует знание только отечественных работ по проблематике круглого стола, свободно владеет базовыми знаниями по теме, способен самостоятельно формулировать проблемы, хорошо логически выстраивает и презентует материал, приводит адекватные примеры
1-2 балла	Выставляется студенту, если он неуверенно владеет базовыми знаниями по теме, логически выстраивает и презентует материал, приводит примеры;
0 баллов	Выставляется студенту, если он слабо владеет (или не владеет) базовыми знаниями по теме, плохо логически выстраивает и презентует материал, не самостоятелен в суждениях.

Развернутая беседа

Концепция развернутой беседы: предполагает подготовку всех студентов по каждому вопросу плана, занятия с единым для всех перечнем рекомендуемой обязательной и дополнительной литературы; выступления студентов (по их желанию или по вызову преподавателя) и их обсуждение; вступление и заключение преподавателя.

Ожидаемые результаты: умение аргументировать и обосновывать позицию, умение представлять результаты своего анализа на публике, умение работать в группе, умение грамотно ставить вопросы, делать оценку ответам коллег.

Критерии оценки участия студента в развернутой беседе:

5 баллов	Выставляется студенту, если он при подготовке к развернутой беседе ознакомился со всей основной и дополнительной рекомендованной литературой, подготовился по всем вопросам плана занятия, подобрал статистический материал, подтверждающий его позицию, хорошо логически выстраивает и презентует материал, приводит адекватные примеры из практики разрешения проблем в разных странах, опирается на мнения специалистов; грамотно аргументирует свою позицию;
3-4 балла	Выставляется студенту, если он при подготовке к развернутой беседе ознакомился со всей основной и дополнительной рекомендованной литературой, подготовился по всем вопросам плана занятия, свободно владеет базовыми знаниями по теме, хорошо логически выстраивает и презентует материал;
1-2 балла	Выставляется студенту, если он при подготовке к развернутой беседе ознакомился только с основной рекомендованной литературой, подготовился не по всем вопросам плана занятия, если он не уверенно владеет базовыми знаниями по теме, не всегда логически верно выстраивает и презентует материал;
0 баллов	Выставляется студенту, если он при подготовке к развернутой беседе ознакомился не со всей основной рекомендованной литературой, подготовился не по всем вопросам плана занятия, если он слабо владеет (или не владеет) базовыми знаниями по теме, плохо логически выстраивает и презентует материал, не самостоятелен в суждениях.

Дискуссия

Ожидаемые результаты: умение аргументировать и обосновывать позицию, умение представлять результаты своего анализа на публике, умение работать в группе, умение грамотно ставить вопросы, делать оценку ответам коллег.

Критерии оценки участия студента в дискуссии

5 баллов	Выставляется студенту, если он использовал при подготовке к дискуссии дополнительную рекомендованную и/или самостоятельно найденную литературу, собрал разнообразные примеры, подтверждающих позицию, демонстрирует знание российской и зарубежной практики по решению обозначенных проблем, свободно владеет базовыми знаниями по теме, хорошо логически выстраивает и презентует материал, приводит адекватные примеры; грамотно аргументирует свою позицию;
3-4 балла	Выставляется студенту, если он демонстрирует знание отечественных работ по проблематике дискуссии, свободно владеет базовыми знаниями по теме, хорошо логически выстраивает и презентует материал, приводит адекватные примеры;
1-2 балла	Выставляется студенту, если он не уверенно владеет базовыми знаниями по теме, логически выстраивает и презентует материал, приводит примеры;
0 баллов	Выставляется студенту, если он слабо владеет (или не владеет) базовыми знаниями по теме, плохо логически выстраивает и презентует материал, не самостоятелен в суждениях.

Деловая игра

Ожидаемые результаты: научить студентов правильно определять и практически демонстрировать те навыки и умения, которые потребуются для успешной реализации делового общения.

Критерии оценки участия студента в деловой игре

1-2 балла	Выставляется студенту, если он в ходе игры продемонстрировал навыки и умения, которые требуются для успешной реализации делового общения. Проявил гибкость и креативность мышления, способность критически осмыслить собственное поведение и поведение коллег в процессе игры.
0 баллов	Выставляется студенту, если он в ходе игры не смог продемонстрировать навыки и умения, которые требуются для успешной реализации делового общения, не смог критически осмыслить собственное поведение и поведение коллег в процессе игры.

«Мозговой штурм»

Ожидаемый (е) результат (ы): научить студентов обсуждать спорные/ дискуссионные вопросы; повысить мотивацию неактивных студентов; сформировать банк идей для последующей работы, обсуждения

Критерии оценки участия студента в «мозговом штурме»

1-2 балла	Выставляется студенту, если он активно участвовал в мозговом штурме, в проведении и оценке результатов;
0 баллов	Выставляется студенту, если он не проявил активности в проведении и оценке результатов мозгового штурма.

Ролевая игра

Ожидаемый (е) результат (ы): научить студентов правильно определять и практически демонстрировать те навыки и характеристики, которые были приобретены ими в ходе освоения учебной дисциплины.

Критерии оценки участия студента в ролевой игре

1-2 балла	Выставляется студенту, если он в ходе игры смог продемонстрировать навыки и умения анализировать социальные проблемы, продемонстрировал гибкость и креативность мышления, способность отобрать необходимый материал, провести сравнительный анализ предложенных концепций и достойно отстоять выбранную позицию
0 баллов	Выставляется студенту, если он в ходе игры не смог продемонстрировать навыки и умения анализировать социальные проблемы в области социологии рождаемости, не смог критически осмыслить поставленную проблему и отобрать необходимый материал.

Коллоквиум

Коллоквиум представляет собой разновидность опроса студентов по пройденной проблематике, в центре которого стоят вопросы, задаваемые преподавателем. Преподаватель формулирует вопрос к одному из студентов, он дает свой ответ, затем остальные студенты имеют возможность дополнить ответ данного студента. Вопросы преподавателя могут вытекать один из другого, быть взаимосвязанными, наводящими, и т.п.

Критерии оценки участия студента в коллоквиуме:

5 баллов	Выставляется студенту, если он при подготовке к коллоквиуму ознакомился со всей основной и дополнительной рекомендованной литературой, подготовился по всем вопросам плана занятия, хорошо логически выстраивает ответ, приводит адекватные примеры, опирается на мнения специалистов; грамотно аргументирует свою позицию.
3-4 балла	Выставляется студенту, если он при подготовке к коллоквиуму ознакомился со всей основной и дополнительной рекомендованной литературой, подготовился по всем вопросам плана занятия, свободно владеет базовыми знаниями по теме, хорошо логически выстраивает и презентует материал.
1-2 балла	Выставляется студенту, если он при подготовке к развернутой беседе ознакомился только с основной рекомендованной литературой, подготовился не по всем вопросам плана занятия, если он не уверенно владеет базовыми знаниями по теме, не всегда

	логически верно выстраивает и презентует материал.
0 баллов	Выставляется студенту, если он при подготовке к развернутой беседе ознакомился не со всей основной рекомендованной литературой, подготовился не по всем вопросам плана занятия, если он слабо владеет (или не владеет) базовыми знаниями по теме, плохо логически выстраивает и презентует материал, не самостоятелен в суждениях.

Критерии оценки ответов на вопросы зачета:

40 баллов за вопрос	Выставляется студенту, если он обнаруживает всестороннее систематическое и глубокое знание программного материала; способен творчески применять знание теории к решению профессиональных задач; - владеет понятийным аппаратом дисциплины; демонстрирует способность к анализу и сопоставлению различных подходов к решению заявленной в вопросе проблематики; подтверждает теоретические постулаты примерами из социальной практики
менее 40 баллов	Выставляется студенту, если он обнаруживает значительные пробелы в знаниях основного программного материала; допускает принципиальные ошибки в ответе на вопрос билета; демонстрирует незнание теории и практики социологии глобализации.

Критерии оценки ответов на вопросы экзамена:

29-40 баллов	Ставится в том случае, когда студент обнаруживает систематическое и глубокое знание программного материала по дисциплине, умеет свободно ориентироваться в вопросе. Ответ полный и правильный на основании изученного материала. Выдвинутые положения аргументированы и иллюстрированы примерами. Материал изложен в определенной логической последовательности, осознанно, литературным языком, с использованием современных научных терминов; ответ самостоятельный. Студент уверенно отвечает на дополнительные вопросы.
19-28 баллов	Ставится в том случае, когда студент обнаруживает полное знание учебного материала, демонстрирует систематический характер знаний по дисциплине. Ответ полный и правильный, подтвержден примерами; но их обоснование не аргументировано, отсутствует собственная точка зрения. Материал изложен в определенной логической последовательности, при этом допущены 2-3 несущественные погрешности, исправленные по требованию экзаменатора. Студент испытывает незначительные трудности в ответах на дополнительные вопросы. Материал изложен осознанно, самостоятельно, с использованием современных научных терминов, литературным языком.
9-18 баллов	Ставится в том случае, когда студент обнаруживает знание основного программного материала по дисциплине, но допускает погрешности в ответе. Ответ недостаточно логически выстроен, самостоятелен. Основные понятия употреблены правильно, но обнаруживается недостаточное раскрытие теоретического материала. Выдвигаемые положения недостаточно аргументированы и не подтверждены примерами; ответ носит преимущественно описательный характер. Студент испытывает достаточные трудности в ответах на вопросы. Научная терминология используется недостаточно.
0-8 баллов	Выставляется студенту, обнаружившему пробелы в знаниях основного учебного материала по дисциплине. При ответе обнаружено непонимание студентом основного содержания теоретического материала или допущен ряд существенных ошибок, которые студент не может исправить при наводящих вопросах экзаменатора, затрудняется в ответах на вопросы. Студент

подменил научное обоснование проблем рассуждением бытового плана. Ответ носит поверхностный характер; наблюдаются неточности в использовании научной терминологии.
--

Обоснование балльной системы оценки

Балльная структура оценки

Посещение лекций – 0,5 балла за посещение 1 лекционного занятия

Активная работа на семинарах – 5 баллов (максимальное количество баллов за работу на 1 семинарском занятии)

Презентация доклад (сообщения) на семинаре- 10 баллов

Подготовка эссе – 10 баллов

Подготовка реферата – 15 баллов

Разбор кейсов – 8 баллов

Практическое задание – 15 баллов

Внутрисеместровая аттестация (внутрисеместровое тестирование) – 20 баллов

Итоговое испытание (зачет/экзамен)– 40 баллов

Шкала перевода баллов в традиционную шкалу оценки

Трудоемкость каждой учебной дисциплины рассчитывается по формуле: **50 баллов x количество кредитов — это 100%**.

1. Кредит – это единица измерения трудоемкости учебной дисциплины. Балл – это единица оценки качества выполнения работы студентом.

В балльно-рейтинговой системе 1 кредит соответствует 50 баллам.

Для перевода баллов, набранных студентом, в проценты необходимо использовать формулу:

$$z = \frac{100\% * y}{x}, \text{ где}$$

z — сумма набранных баллов студентом (%).

x — трудоемкость каждой учебной дисциплины (балл);

y — сумма набранных баллов студентом (балл).

Экзамен:

- $z > 85\%$ выставляется оценка «5»;
- $65\% < z < 85\%$ выставляется оценка «4»;
- $50\% < z < 65\%$ выставляется оценка «3»;
- $20\% < z < 50\%$ выставляется оценка «2»;
- $z < 20\%$ выставляется оценка «1».

Зачет:

- $z > 50\%$ выставляется оценка «зачет»;
- $z < 50\%$ выставляется оценка «не зачет»;

8. Ресурсное обеспечение:

А. Основная литература

N	Автор	Название	Издательство	Год издания
1	Абаев А. Л. и др.; под общ. ред.	Новые парадигмы развития маркетинговых	М. : Дашков и К'	2020

	С.В. Карповой	инструментов в условиях трансформации современной экономики: монография		
2	Алгави Л.О. [и др.] ; под ред. Л.П. Шестеркиной, Л.К. Лободенко	Медиакоммуникации и интернет-маркетинг в условиях цифровой цивилизации: монография /	Челябинск: Изд. центр ЮУрГУ	2020
3	Гончарова И.В.	Репутационный маркетинг: анализ и формирование имиджа: монография	Воронеж: ВГУ	2016
4	Фролова И.И.	Информационная война в современных СМИ как фактор манипулятивного воздействия на общество	Курск: Унив. книга	2018
5	Черепанова В.Н.	Репутационный менеджмент в образовании: монография	Тюмень : ТИУ	2017
6	Шевченко Д.А., Шевченко Д.Д.	Цифровой маркетинг-микс: учебник /	[Б. м.] : Изд. решения	2021

Б. Дополнительная литература

№	Автор	Название	Издательство	Год издания
1	Бусыгина Т.А.	Имидж преподавателя вуза: социально-психологическое исследование: монография	Самара : Изд-во Самар. науч. центра РАН	2018
2	Гаврилов Е.В.	Компенсация нематериального (репутационного) вреда как способ защиты деловой репутации юридических лиц : монография	М. : Юстицинформ	2022
3	Мордохов Г.Ю.	Способы защиты деловой репутации субъектов предпринимательской деятельности: автореф. дис...канд. юрид. наук	Москва	2018
4	Коцюбинская Л.В.	Информационная атака: понятие и онтологические свойства	Спб: Политическая лингвистика	2017
5	Кохно П.А.	Брендинговые инструменты бизнеса: монография	М. : Граница	2020
6	Мацько В.В.	Маркетинговый подход к	Омск: Символ	2016

Мамаева В.Ю.	понятию имидж	науки	
--------------	---------------	-------	--

В. Программное обеспечение и Интернет-ресурсы:

- <http://www.aconflict.ru> Научно-образовательный портал «Аналитика конфликта»
- <http://conflictology.isras.ru> Центр конфликтологии Института социологии РАН
- <http://www.conflictology.narod.ru/> Журнал Аналитика конфликта
- www.ecsocman.edu.ru – портал по социологии, экономике и менеджменту.
- www.socionet.ru - портал по общественным наукам
- <http://www.humanities.edu.ru> - Портал по социально-гуманитарному и политологическому образованию
- (www.ebsco.com) Базы данных научной периодики и книг (НЭБ/Elibrary.ru, JSTORE (www.jstor.org), ProQuest (www.proquestdirect.com), EBSCO
- <https://консультантплюс.сайт/> Информационно-справочные системы: «Консультант Плюс», «Гарант» <https://www.garant.ru/>
- <http://nbmgu.ru> - Сайт университетской библиотеки с электронных и алфавитных каталогов

Материально-техническое обеспечение дисциплины

Для занятий предусматривается аудитория, позволяющая организовать фронтальное взаимодействие, а также интерактивное взаимодействие в группах и между группами обучающихся, а также современные технические средства обучения (видеопроекторное оборудование для презентаций, средства звуковоспроизведения, в зависимости от разрабатываемых проектов может понадобиться интерактивная доска и др.). Для организации самостоятельной работы имеется доступ к Интернет-ресурсам, учебникам и базам данных.

9. Язык преподавания: русский.

10. Преподаватели: к.э.н., доцент Дмитриева Н.И.

11. Автор программы: к.э.н., доцент Дмитриева Н.И.