


Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования

«Мичуринский государственный аграрный университет»

кафедра экономической безопасности и права

УТВЕРЖДЕНА  
решением учебно-методического совета  
университета  
(протокол от 22 июня 2023 г. № 10)

УТВЕРЖДАЮ  
Председатель учебно-методического  
совета университета  
 С.В. Соловьёв  
«22» июня 2023 г.

## **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

### **РЕПУТАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ**

Специальность 38.05.01 Экономическая безопасность

Специализация Экономико-правовое обеспечение экономической безопасности

Направленность (профиль) Экономико-правовое обеспечение экономической безопасности

Квалификация: экономист

## Цели освоения дисциплины (модуля):

Целями освоения учебной дисциплины (модуля) «Репутационный менеджмент» являются:

- изучение основ организационной психологии и теории управления репутацией; алгоритмов принятия решений в нестандартных ситуациях;
- обучение методике и технологий преодоления кризисных ситуаций для поддержания позитивного имиджа и репутации фирмы, организации;
- формирование общих норм и принципов морали в связи со специфическими требованиями профессиональной этики;
- обучение приемам делового общения на базе общечеловеческих и культурных ценностей, а также регламентации правовых и нормативных актов, содержащих этические требования к деятельности сотрудников учреждений
- развитие навыков индивидуального подхода к коллегам и подчиненным.

## 2. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы:

Дисциплина (модуль) «Репутационный менеджмент» входит в вариативную часть Блок – 1. Дисциплины (модули) Б1.В.ДВ.02.01.

Дисциплина (модуль) «Репутационный менеджмент» логически и содержательно методически взаимосвязана с другими частями ОПОП. Для успешного освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен овладеть следующими дисциплинами: «История», «Психология», «Теория государства и права», «Философия», «Русский язык и культура речи», «Экономическая теория», «Теория государства и права», «Психология». Дисциплина «Репутационный менеджмент» является предшествующей для таких дисциплин (модулей), как, например, «Инновационный менеджмент», «Культура деловых отношений», «Разработка управленческих решений», «Арбитражное право», «Гражданское право», «Теория и механизмы современного государственного управления», «Исследование социально-экономических и политических процессов», «Управление общественными отношениями», «Разработка управленческих решений».

## 3. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Освоение дисциплины направлено на формирование:

**профессиональных компетенций:**

-ПК-28: способностью осуществлять сбор, анализ, систематизацию, оценку и интерпретацию данных, необходимых для решения профессиональных задач;

-ПК-30: способностью строить стандартные теоретические и эконометрические модели, необходимые для решения профессиональных задач, анализировать и интерпретировать полученные результаты.

Планируемые результаты обучения (показатели освоения компетенции)	Критерии оценивания результатов обучения			
	Низкий (допороговый) компетенция не сформирована	Пороговый	Базовый	Продвинутый
<b>ПК-28</b> <b>Знать:</b> методы сбора, анализа, систематизации,	Фрагментарные знания методов сбора, анализа, систематизации,	Общие, но не структурированные знания методов сбора,	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Успешное и систематическое применение методов сбора,

оценки и интерпретации данных, необходимых для решения профессиональных задач	оценки и интерпретации данных, необходимых для решения профессиональных задач	анализа, систематизации, оценки и интерпретации данных, необходимых для решения профессиональных задач	методов сбора, анализа, систематизации, оценки и интерпретации данных, необходимых для решения профессиональных задач	анализа, систематизации, оценки и интерпретации данных, необходимых для решения профессиональных задач
<b>Уметь:</b> осуществлять сбор, обработку, систематизацию и анализ профессиональной информации	Частично осуществлять сбор, обработку, систематизацию и анализ профессиональной информации	В целом успешное, но не систематическое осуществление сбора, обработки, систематизации и анализа профессиональной информации	В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы осуществление сбора, обработки, систематизации и анализа профессиональной информации	Сформированное умение осуществление сбора, обработки, систематизации и анализа профессиональной информации
<b>Владеть:</b> навыками сбора, обработки, систематизации и анализа профессиональной информации	Фрагментарное владение навыками сбора, обработки, систематизации и анализа профессиональной информации	В целом успешное, но не систематическое владение навыками сбора, обработки, систематизации и анализа профессиональной информации	В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы владение навыками сбора, обработки, систематизации и анализа профессиональной информации	Успешное и систематическое владение навыками сбора, обработки, систематизации и анализа профессиональной информации
<b>ПК-30</b> <b>Знать:</b> методы построения стандартных теоретических и эконометрических моделей, необходимых для решения профессиональных задач; способы анализа и интерпретации полученных результатов	Фрагментарные знания методов построения стандартных теоретических и эконометрических моделей, необходимых для решения профессиональных задач; способов анализа и интерпретации полученных результатов	Общие, но не структурированные знания методов построения стандартных теоретических и эконометрических моделей, необходимых для решения профессиональных задач; способов анализа и интерпретации полученных результатов	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания методов построения стандартных теоретических и эконометрических моделей, необходимых для решения профессиональных задач; способов анализа и интерпретации полученных результатов	Успешное и систематическое применение знаний методов построения стандартных теоретических и эконометрических моделей, необходимых для решения профессиональных задач; способов анализа и интерпретации полученных результатов

		результатов		
<b>Уметь:</b> применять систему методов построения стандартных теоретических и эконометрических моделей, необходимых для решения профессиональных задач	Частично применять систему построения стандартных теоретических и эконометрических моделей, необходимых для решения профессиональных задач	В целом успешное, но не систематическое применение методов построения стандартных теоретических и эконометрических моделей, необходимых для решения профессиональных задач; умение анализировать и интерпретировать полученные результаты	В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы применение методов построения стандартных теоретических и эконометрических моделей, необходимых для решения профессиональных задач; умение анализировать и интерпретировать полученные результаты	Сформированное умение применения методов построения стандартных теоретических и эконометрических моделей, необходимых для решения профессиональных задач; умение анализировать и интерпретировать полученные результаты
<b>Владеть:</b> методами построения стандартных теоретических и эконометрических моделей, необходимых для решения профессиональных задач	Фрагментарное владение методами построения стандартных теоретических и эконометрических моделей, необходимых для решения профессиональных задач	В целом успешное, но не систематическое владение методами построения стандартных теоретических и эконометрических моделей, необходимых для решения профессиональных задач	В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы владение методами построения стандартных теоретических и эконометрических моделей, необходимых для решения профессиональных задач	Успешное и систематическое владение методами построения стандартных теоретических и эконометрических моделей, необходимых для решения профессиональных задач

По результатам изучения дисциплины (модуля) «Репутационный менеджмент» обучающиеся должны знать:

- основы организационной психологии и теории управления репутацией; алгоритм принятия решения в нестандартных ситуациях; методики и технологии преодоления кризисных ситуаций для поддержания позитивного имиджа и репутации фирмы, организации

уметь:

- осуществлять анализ социальных процессов и явлений с имиджевой и репутационной точек зрения;
- самостоятельно ориентироваться в проблемах и способах их разрешения;
- распознавать «добро» и «зло», этически мыслить и нравственно поступать, привносить в свою профессию общечеловеческие ценности и нравственные идеалы;
- применять общие нормы морали и специфические требования профессиональной

этики в повседневной деятельности; владеть приемами делового общения на базе общечеловеческих и культурных ценностей, а также регламентации правовых и нормативных актов, содержащих этические требования к деятельности сотрудников учреждений;

- учитывать особенности личности в ситуациях делового взаимодействия;
- создавать атмосферу сотрудничества;
- правильно оценить себя, партнера по деловому общению и занимаемые позиции;
- разрешать конфликтные ситуации в процессе общения;
- правильно формировать свой имидж и подавать себя;

владеть:

- навыками индивидуального подхода к коллегам и подчиненным;
- - навыками использования различных методов экспресс-диагностики собеседника для выбора надежной модели своего поведения в ситуациях общения;
- - навыками использования способов регулирования эмоциональных состояний в процессе делового общения;
- - способами и методами ведения переговоров, разрешения конфликтных ситуаций;
- - навыками выполнения профессиональных обязанностей с учетом принятия стратегических и тактических решений по формированию управленческих решений, поддержке репутации, а также поиском путей выхода из кризисной ситуации.

### **3.1. Матрица соотнесения тем/разделов учебной дисциплины (модуля) и формируемых в них профессиональных компетенций**

<b>Темы, разделы дисциплины (модуля)</b>	<b>ПК-28</b>	<b>ПК-30</b>	<b>Общее количество компетенций</b>
1. Концептуальные основы репутационного менеджмента	x	x	2
2. Управление репутациями	x	x	2
3. Механизмы репутационного менеджмента	x	x	2
4. Управление общественным мнением в целях продвижения и закрепления репутационных технологий	x	x	2
5. Теоретическая и практическая разработка репутационных технологий	x	x	2
6. Прикладная технология репутационного менеджмента	x	x	2
7. Методы оценки корпоративного имиджа и репутации	x	x	2
8. Репутация и имидж в структуре коммуникативного пространства	x	x	2

### **4. Структура и содержание дисциплины (модуля)**

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 академических часа.

#### **4.1. Объем дисциплины (модуля) и виды учебной работы**

Таблица 1 - Объем дисциплины (модуля) и виды учебной работы

	Всего ак. часов
--	-----------------

Вид занятий		
	Очная форма обучения 2 семестр	Заочная форма обучения 1 курс
Общая трудоемкость дисциплины	72	72
Контактная работа обучающихся с преподавателем, т.ч.	38	12
Аудиторные занятия	38	12
лекции	19	4
практические занятия	19	8
Самостоятельная работа	34	56
выполнение контрольной работы обучающимися заочной формы обучения	-	10
проработка учебного материала по дисциплине (модулю) (конспектов лекций, учебников, материалов сетевых ресурсов)	8	7
подготовка к практическим занятиям, коллоквиумам, защите реферата	8	13
выполнение индивидуальных заданий	8	13
подготовка к сдаче модуля (выполнение тренировочных тестов)	10	13
Контроль	-	4
Вид итогового контроля	Зачет	Зачет

#### 4.2. Лекции

№	Раздел дисциплины (модуля), темы лекций и их содержание	Объем в ак. часах		Формируемые компетенции
		Очная форма обучения 2 семестр	Заочная форма обучения 1 курс	
1.	1. Концептуальные основы репутационного менеджмента	4	2	ПК-28, ПК-30
2.	2. Управление репутациями	2	-	ПК-28, ПК-30
3.	3. Механизмы репутационного менеджмента	2	-	ПК-28, ПК-30
4.	4. Управление общественным мнением в целях продвижения и закрепления репутационных технологий	2	-	ПК-28, ПК-30
5.	5. Теоретическая и практическая разработка репутационных технологий	2	2	ПК-28, ПК-30
6.	6. Прикладная технология репутационного менеджмента	2	-	ПК-28, ПК-30
7.	7. Методы оценки корпоративного имиджа и репутации	2	-	ПК-28, ПК-30
8.	8. Репутация и имидж в структуре коммуникативного пространства	3	-	ПК-28, ПК-30
ИТОГО		19	4	

### 4.3. Практические занятия

№	Наименование занятия	Объем в ак. часах		Формируемые компетенции
		Очная форма обучения	Заочная форма обучения	
1	<p>1. <i>Концептуальные основы репутационного менеджмента</i></p> <p>1.1 Теоретическая и практическая разработка вопросов репутационных технологий.</p> <p>1.2. Виды репутации: индивидуальные репутации, коллективные репутации. Социально-психологический феномен репутации.</p>	2	-	ПК-28, ПК-30
2	<p>2. <i>Управление репутациями</i></p> <p>2.1. Репутация как ресурс управления. Разработка репутационной политики организации. Определение репутационных характеристик и факторов, влияющих на процесс создания корпоративной репутации.</p> <p>2.2. Стратегия удачного конкурентного позиционирования корпоративной репутации: проблемы создания и развития.</p> <p>2.3. Корпоративная культура и её значение в создании корпоративной репутации.</p> <p>2.4. Кризис репутационной политики организации: причины появления и возможности разрешения. Антикризисная репутационная система управления: вопросы анализа ситуации и принятия антикризисных решений.</p> <p>2.5. Репутационная безопасность: технология разработки и реализации</p>	2	-	ПК-28, ПК-30

3	<p><i>3. Механизмы репутационного менеджмента</i></p> <p>3.1. Стратегический анализ и репутационный менеджмент. Репутация как средство повышения доверия к субъекту коммуникации. Заинтересованность и увеличение доверия как ключевые механизмы репутационного менеджмента.</p> <p>3.2. Репутация как средство интенсификации коммуникации между субъектом репутации и общественностью. Альтернативные подходы к управлению корпоративными репутациями.</p> <p>3.3. Проблема изменения корпоративной репутации. Основные элементы стратегического менеджмента по изменению корпоративной репутации. Характеристика возможных моделей изменения корпоративной репутации.</p> <p>3.4. Программа корпоративного позиционирования: проблемы разработки и реализации. Основные задачи управления по изменению.</p>	2	2	ПК-28, ПК-30
4	<p><i>4. Управление общественным мнением в целях продвижения и закрепления репутационных технологий</i></p> <p>4.1. Управление процессами создания характеристик репутации у субъекта. Проблема установления взаимодействия с клиентурой.</p> <p>4.2. Структура оценки корпоративной репутации. Сравнительная оценка предпочтений корпоративной аудитории по вопросу конкурирующих репутаций.</p> <p>4.3. Идеальная организация и её репутационная оценка аудиторией.</p> <p>4.4. Целевая корпоративная аудитория и анализ её различных групп. Анализ представлений различных групп корпоративной аудитории о репутационной характеристике корпорации.</p>	2	-	ПК-28, ПК-30
5	<p><i>5. Теоретическая и практическая разработка репутационных технологий</i></p> <p>5.1. Управление процессами создания характеристик репутации у субъекта. Проблема установления взаимодействия с клиентурой.</p> <p>5.2. Структура оценки корпоративной репутации. Сравнительная оценка предпочтений корпоративной аудитории по вопросу конкурирующих репутаций.</p> <p>5.3. Идеальная организация и её репутационная оценка аудиторией.</p> <p>5.4. Целевая корпоративная аудитория и анализ её различных групп. Анализ представлений различных групп корпоративной аудитории о репутационной характеристике корпорации.</p>	2	-	ПК-28, ПК-30



6	<p><i>6. Прикладная технология репутационного менеджмента</i></p> <p>6.1. Основные правила разработки прикладной технологии репутационного менеджмента. Диагностика и мониторинг целевых аудиторий.</p> <p>6.2. Правило определения оптимальных характеристик субъективных репутации. Определение каналов взаимодействия между субъектами и общественностью.</p> <p>6.3. Определение способов воздействия на целевую аудиторию. Организация самого процесса воздействия. Систематический замер реакции аудитории на воздействие.</p> <p>6.4. Корректировка управляющего воздействия. Прекращение управляющих воздействий в случае приведения аудитории в ожидаемое состояние.</p> <p>6.5. Инструментарий коммуникационных стратегий защиты репутации и выработка антикризисного поведения субъекта. Возможные конкретные технологии поведения субъекта в условиях кризиса</p>	4	2	ПК-28, ПК-30
7	<p><i>7. Методы оценки корпоративного имиджа и репутации</i></p> <p>7.1. Проблема определения совокупного корпоративного имиджа и репутации. Использование качественных и количественных методов исследования при анализе конкретной ситуации.</p> <p>7.2. Качественная оценка корпоративной репутации со стороны корпоративной аудитории. Значение моральных качеств в процессе создания корпоративной репутации.</p> <p>7.3. Разновидности качественного анализа: управленческий самоанализ; углубленное интервьюирование; фокус-группы.</p> <p>7.4. Количественный анализ как метод описания корпоративной репутации. Основные методы количественного анализа. Абсолютные и относительные показатели положения организации и их значение для внешней корпоративной аудитории.</p> <p>7.5. Проблема соотношения качественных и количественных методов анализа корпоративной репутации и имиджа.</p>	2	2	ПК-28, ПК-30
8	<p><i>8. Репутация и имидж в структуре коммуникативного пространства</i></p> <p>8.1. Феномены имиджа и репутации: понятие, сущность, категориальный анализ.</p> <p>8.2. Структура имиджа. Роль позитивного имиджа в оптимизации коммуникативного пространства</p> <p>8.3. Основные этапы оценки корпоративного имиджа и репутации.</p>	3	2	ПК-28, ПК-30

ИТОГО	19	8	
-------	----	---	--

#### 4.4. Лабораторные работы не предусмотрены

#### 4.5. Самостоятельная работа обучающихся

Раздел дисциплины (модуля)	Вид самостоятельной работы	Объем ак. часов	
		Очная форма обучения	Заочная форма обучения
1. Концептуальные основы репутационного менеджмента	проработка учебного материала по дисциплине (модулю) (конспектов лекций, учебников, материалов сетевых ресурсов)	1	1
	подготовка к практическим занятиям, коллоквиумам, защите реферата	1	1
	выполнение индивидуальных заданий	1	1
	подготовка к сдаче модуля (выполнение тренировочных тестов)	1	1
2. Управление репутациями	проработка учебного материала по дисциплине (модулю) (конспектов лекций, учебников, материалов сетевых ресурсов)	1	1
	подготовка к практическим занятиям, коллоквиумам, защите реферата	1	1
	выполнение индивидуальных заданий	1	1
	подготовка к сдаче модуля (выполнение тренировочных тестов)	1	1
3. Механизмы репутационного менеджмента	проработка учебного материала по дисциплине (модулю) (конспектов лекций, учебников, материалов сетевых ресурсов)	1	1
	подготовка к практическим занятиям, коллоквиумам, защите реферата	1	2
	выполнение индивидуальных заданий	1	2
	подготовка к сдаче модуля (выполнение тренировочных тестов)	2	2
4. Управление общественным мнением в целях продвижения и закрепления репутационных технологий	проработка учебного материала по дисциплине (модулю) (конспектов лекций, учебников, материалов сетевых ресурсов)	1	1
	подготовка к практическим занятиям, коллоквиумам, защите реферата	1	2
	выполнение индивидуальных заданий	1	2
	подготовка к сдаче модуля (выполнение тренировочных тестов)	1	2
5. Теоретическая	проработка учебного материала по	1	1

я и практическая разработка репутационных технологий	дисциплине (модулю) (конспектов лекций, учебников, материалов сетевых ресурсов)		
	подготовка к практическим занятиям, коллоквиумам, защите реферата	1	1
	выполнение индивидуальных заданий	1	1
	подготовка к сдаче модуля (выполнение тренировочных тестов)	1	1
6. Прикладная технология репутационного менеджмента	проработка учебного материала по дисциплине (модулю) (конспектов лекций, учебников, материалов сетевых ресурсов)	1	1
	подготовка к практическим занятиям, коллоквиумам, защите реферата	1	2
	выполнение индивидуальных заданий	1	2
	подготовка к сдаче модуля (выполнение тренировочных тестов)	1	2
7. Методы оценки корпоративного имиджа и репутации	проработка учебного материала по дисциплине (модулю) (конспектов лекций, учебников, материалов сетевых ресурсов)	1	-
	подготовка к практическим занятиям, коллоквиумам, защите реферата	1	2
	выполнение индивидуальных заданий	1	2
	подготовка к сдаче модуля (выполнение тренировочных тестов)	1	2
8. Репутация и имидж в структуре коммуникативного пространства	проработка учебного материала по дисциплине (модулю) (конспектов лекций, учебников, материалов сетевых ресурсов)	1	1
	подготовка к практическим занятиям, коллоквиумам, защите реферата	1	2
	выполнение индивидуальных заданий	1	2
	подготовка к сдаче модуля (выполнение тренировочных тестов)	2	2
Выполнение контрольной работы обучающимися заочной формы обучения		-	10
Итого		34	56

**Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы по дисциплине (модулю):**

1. Короткова Г.В. Методические указания по выполнению контрольных работ по дисциплине (модулю) «Репутационный менеджмент» для студентов заочной формы обучения Института экономики и управления 2020 г.

**4.6. Выполнение контрольной работы обучающимися заочной формы обучения**

Каждый обучающийся по заочной форме обучения выполняет в течение семестра индивидуальную контрольную работу, предусмотренную программой изучаемой дисциплины (модуля) «Репутационный менеджмент». Для получения допуска к зачету, необходимо

своевременно и качественно выполнить одну контрольную работу. Цели контрольной работы – углубленное изучение и практическое применение знаний по темам курса, расширение общегуманитарного кругозора обучающихся в аспекте изучаемой дисциплины (модуля), а также приобретение и развитие навыков самостоятельной работы над теоретическими вопросами.

Предусмотрено выполнение контрольной работы по проблеме, раскрывающей темы курса. Обучающийся должен выполнить письменную работу в строгом соответствии со сроками, установленными учебным планом, т.е. не позднее чем за месяц до начала экзаменационной сессии.

**Контрольная работа должна отвечать следующим требованиям:**

1) Содержание работы должно быть результатом глубокого изучения студентом литературы, рекомендуемой программой курса.

2) Работа должна быть правильно оформлена. Должны присутствовать титул, содержание (структурные элементы обозначаются главами (не более 3), параграфами и т.п.), основная часть, заключение, список использованной литературы.

3) Приводимые в тексте цитаты нужно снабдить соответствующими сносками, на источники из которых они взяты, указать автора, названия работы.

4) Качество контрольной работы оценивается прежде всего по тому, насколько самостоятельно и правильно студент раскрыл содержание поставленных заданий.

5) Предлагается 15 вариантов выполнения контрольной работы. Обучающийся выбирает вариант по первой букве своей фамилии.

6) Предварительная оценка работы дается в рецензии к контрольной работе, ознакомившись с которой обучающийся может исправить допущенные ошибки. Окончательная оценка контрольной работе дается после индивидуального собеседования по ее содержанию с преподавателем.

7) Контрольная работа написанная не по теме, т.е. не соответствующая шифру, а также представленная позже срока не проверяется и не считается зачтенной.

8) В ходе подготовки и выполнении контрольной работы обучающийся может обращаться за консультацией к преподавателю.

**Номера вариантов контрольной работы.**

1, 11	2, 12	3, 13	4, 14	5, 15	6	7	8	9	10
А,Л,Х	Б,М,Ц	В,Н,Ч	Г,О,Ш	Д,П,Щ	Е,Ё,Р,	Ж,С,Ы	З,Т,Ь	И,Й, У,Э	К,Ф,Ю, Я

1. Проблематика репутационного менеджмента в условиях информационного общества.
2. Социальные сети как коммуникационный канал формирования корпоративной репутации.
3. Корпоративная мифология, корпоративная культура и корпоративная репутация.
4. Влияние менеджмента на формировании корпоративной репутации.
5. Роль государственных институтов в формировании репутации организации.
6. Количественные и качественные методы оценки корпоративной репутации.
7. Корпоративная социальная ответственность в практике современных бизнес-компаний.
8. Репутация как социальный феномен прошлого и настоящего цивилизационной культуры.
9. Искусство управления репутацией.
10. Технологии создания и управления корпоративными репутациями.
11. Корпоративная культура и её значение в создании корпоративной репутации.
12. Антикризисные стратегии защиты благоприятного имиджа и репутации.

13. Механизмы репутационного менеджмента.
14. Методы оценки корпоративного имиджа и репутации.
15. Основные средства повышения эффективности репутационного менеджмента и интенсификации взаимодействия с целевой аудиторией.

#### **4.7. Содержание разделов дисциплины (модуля)**

##### **Тема 1. Концептуальные основы репутационного менеджмента**

Социальный феномен и понятие репутации. Вопросы прошлого и настоящего в создании «доброго имени». Становление и развитие научного направления и учебной дисциплины.

Теоретическая и практическая разработка вопросов репутационных технологий. Виды репутации: индивидуальные репутации, коллективные репутации. Социально-психологический феномен репутации. Нематериальный актив корпоративной репутации и её ценность. Репутация как свойства и черты субъекта. Репутация как проявленные характеристики в практической деятельности субъекта. Репутация как оценка целевой аудитории. Особенности репутации. Проблема позиционирования корпоративной социальной ответственности. Деловая репутация и репутация, вырабатываемая в условиях неделовой обстановки. Репутация как компонент гудвилла ("goodwill").

##### **Тема 2. Управление репутациями**

Репутация как ресурс управления. Разработка репутационной политики организации. Определение репутационных характеристик и факторов, влияющих на процесс создания корпоративной репутации. Стратегия удачного конкурентного позиционирования корпоративной репутации: проблемы создания и развития. Корпоративная культура и её значение в создании корпоративной репутации. Использование вторичных ассоциаций для улучшения корпоративной репутации. Корпоративная коммуникация и её роль в формировании репутации компании.

Кризис репутационной политики организации: причины появления и возможности разрешения. Антикризисная репутационная система управления: вопросы анализа ситуации и принятия антикризисных решений. Репутационная безопасность: технология разработки и реализации. Создание кризисной коммуникационной стратегии и её основные этапы: информационная реакция; беседа с журналистами; демонстрация сожаления. Коммуникационные стратегии защиты благоприятной репутации.

##### **Тема 3. Механизмы репутационного менеджмента**

Стратегический анализ и репутационный менеджмент. Репутация как средство повышения доверия к субъекту коммуникации. Заинтересованность и увеличение доверия как ключевые механизмы репутационного менеджмента. Репутация как средство интенсификации коммуникации между субъектом репутации и общественностью. Альтернативные подходы к управлению корпоративными репутациями. Основные факторы, влияющие на выбор данных подходов. Основные этапы оценки корпоративного имиджа и репутации.

Проблема изменения корпоративной репутации. Основные элементы стратегического менеджмента по изменению корпоративной репутации. Характеристика возможных моделей изменения корпоративной репутации. Программа корпоративного позиционирования: проблемы разработки и реализации. Основные задачи управления по изменению корпоративной репутации.

##### **Тема 4. Управление общественным мнением в целях продвижения и закрепления репутационных технологий**

Управление процессами создания характеристик репутации у субъекта. Проблема установления взаимодействия с клиентурой. Структура оценки корпоративной репутации. Сравнительная оценка предпочтений корпоративной аудитории по вопросу конкурирующих репутаций. Идеальная организация и её репутационная оценка аудиторией.

Целевая корпоративная аудитория и анализ её различных групп. Анализ представлений

различных групп корпоративной аудитории о репутационной характеристике корпорации. Проблема воздействия репутационных характеристик на целевую корпоративную аудиторию. Использование различных средств воздействия на целевую аудиторию: СМИ, психологический комплекс средств, комплекс средств убеждения и принуждения. СМИ как инструмент формирования репутации. Медиапланирование как средство повышения эффективности репутационного менеджмента и интенсификации взаимодействия с целевой аудиторией.

#### **Тема 5. Теоретическая и практическая разработка репутационных технологий.**

Теоретический уровень разработки репутационных технологий: определение и применение общих и специальных социальных законов. Анализ и использование общих методов и принципов управленческой науки. Систематизация, классификация и технологии создания и упрочения корпоративной репутации.

Практический уровень разработки репутационных технологий: определение компонентов системы коммуникационного менеджмента и их внедрение применительно к конкретному случаю управления репутациями. Выработка алгоритма последовательности применения сочетаемости компонентов и других условий последовательного воздействия как на конкретного субъекта репутации, так и на целевую аудиторию. (Какие компоненты включаются? В какой последовательности?)

#### **Тема 6. Прикладная технология репутационного менеджмента**

Основные правила разработки прикладной технологии репутационного менеджмента. Диагностика и мониторинг целевых аудиторий. Особенности выборки целевой аудитории. Правило определения оптимальных характеристик субъективных репутации. Определение каналов взаимодействия между субъектами и общественностью. Определение способов воздействия на целевую аудиторию. Организация самого процесса воздействия. Систематический замер реакции аудитории на воздействие. Корректировка управляющего воздействия. Прекращение управляющих воздействий в случае приведения аудитории в ожидаемое состояние. Слежение за целевой аудиторией для обнаружения возможных отклонений в сторону от желаемого состояния и т.д.

Инструментарий коммуникационных стратегий защиты репутации и выработка антикризисного поведения субъекта. Возможные конкретные технологии поведения субъекта в условиях кризиса:

#### **Тема 7. Методы оценки корпоративного имиджа и репутации**

Проблема определения совокупного корпоративного имиджа и репутации. Использование качественных и количественных методов исследования при анализе конкретной ситуации. Качественная оценка корпоративной репутации со стороны корпоративной аудитории. Значение моральных качеств в процессе создания корпоративной репутации. Разновидности качественного анализа: управленческий самоанализ; углубленное интервьюирование; фокус-группы. Количественный анализ как метод описания корпоративной репутации. Основные методы количественного анализа. Абсолютные и относительные показатели положения организации и их значение для внешней корпоративной аудитории. Проблема соотношения качественных и количественных методов анализа корпоративной репутации и имиджа.

#### **Тема 8. Репутация и имидж в структуре коммуникативного пространства**

Психология восприятия прямой и косвенной имиджеформирующей информации. Знак имиджа: положительный или отрицательный? Виды имиджа: личностный и профессиональный. Элементы личностного имиджа: средовой, габитарный, вербальный, кинетический, овеществленный.

Понятие имиджа и репутации фирмы. Роль философии фирмы в создании ее образа в общественном мнении. Имидж и паблисити. Функции и основные компоненты корпоративного имиджа. Компоненты фирменного стиля. Методы создания корпоративных PR-обращений. Использование рекламы для создания имиджа фирмы.

Специфика технологий построения имиджа в бизнесе. Конструктивная поведенческая стратегия и эффективная поведенческая тактика в имидже бизнесмена. Деловая внешность, деловое общение и деловой этикет. Роль деловой риторики в создании бизнес-имиджа (техника

ведения переговоров, искусство деловой полемики, личные и телефонные беседы и др.) Основные ошибки в построении делового имиджа.

Политический паблик рилейшнз и проблема создания имиджа в политике. Символизация политики и образы власти. Предвыборные технологии и проблема манипулирования общественным мнением. Коммуникативный заряд предвыборных обещаний. Типовые алгоритмы формирования политического имиджа. Политик как символ и актер. Имидж лидера на политическом и неполитическом фоне. Выбор модели поведения. Внешность лидера. Власть как «право на речь» (риторика власти). Типы речевого поведения лидеров различного типа (монархического, «харизматического», фашистского и т.д.). Построение образа лидера с помощью кинетических элементов.

Специфика имиджа в государственном управлении и дипломатии. Имидж в искусстве и шоу-бизнесе. Имидж в рекламе. Инструментарии личного контакта в различных типах имиджа. Средства паблик рилейшнз в методиках формирования различных типов имиджа.

## 5. Образовательные технологии

При изучении дисциплины (модуля) используется инновационная образовательная технология на основе интеграции компетентностного и личностно-ориентированного подходов с элементами традиционного лекционно-семинарского и квазипрофессионального обучения с использованием интерактивных форм проведения занятий, исследовательской проектной деятельности и мультимедийных учебных материалов.

Таблица 1 – Виды образовательных технологий

Вид учебных занятий	Форма проведения
Лекции	интерактивная форма - презентации с использованием мультимедийных средств с последующим обсуждением материалов (лекция-визуализация)
Практические занятия	традиционная форма-решение конкретных психологических задач с использованием теоретических и практических заданий, изучение методов психологического исследования, проведение индивидуально-личностных и групповых исследований
Самостоятельная работа обучающихся	сочетание традиционной формы (работа с учебной и справочной литературой, изучение материалов интернет-ресурсов, подготовка к практическим занятиям и тестированию) и интерактивной формы (выполнение индивидуальных и групповых исследовательских проектов)

## 6. Оценочные средства дисциплины (модуля)

Основными видами дисциплинарных оценочных средств при функционировании модульно-рейтинговой системы обучения являются: на стадии рубежного рейтинга, формируемого по результатам модульного тестирования – *тестовые задания*; на стадии поощрительного рейтинга, формируемого по результатам написания и защиты рефератов по актуальной проблематике, решения разноуровневых задач, сдачи коллоквиумов – *рефераты, разноуровневые задачи, коллоквиумы*; на стадии промежуточного рейтинга, определяемого по результатам сдачи зачета – *теоретические вопросы*, контролирующие теоретическое содержание учебного материала, обучающегося по ОПОП ВО данной специальности, формируемые при изучении дисциплины (модуля) «Репутационный менеджмент».

**6.1. Паспорт фонда оценочных средств по дисциплине (модуля)  
«Репутационный менеджмент»**

№ п/п	Контролируемые темы дисциплины(модуля)	Код контролируемой компетенции	Другие оценочные средства	
			вид	кол-во
1.	1. Концептуальные основы репутационного менеджмента	ПК-28, ПК-30	Тестовые задания Вопросы к коллоквиуму Рефераты Вопросы для зачета	10 5 11 3
2.	2. Управление репутациями	ПК-28, ПК-30	Тестовые задания Рефераты Вопросы к коллоквиуму Вопросы для зачета	15 10 6 3
3.	3. Механизмы репутационного менеджмента	ПК-28, ПК-30	Тестовые задания Вопросы к коллоквиуму Вопросы для зачета	8 4 3
4.	4. Управление общественным мнением в целях продвижения и закрепления репутационных технологий	ПК-28, ПК-30	Тестовые задания Вопросы к коллоквиуму Вопросы для зачета	17 5 3
5.	5. Теоретическая и практическая разработка репутационных технологий	ПК-28, ПК-30	Тестовые задания Вопросы к коллоквиуму Рефераты Вопросы для зачета	10 4 10 3
6.	6. Прикладная технология репутационного менеджмента	ПК-28, ПК-30	Тестовые задания Разноуровневые задачи Вопросы к коллоквиуму Вопросы для зачета	12 5 5 3
7.	7. Методы оценки корпоративного имиджа и репутации	ПК-28, ПК-30	Тестовые задания Вопросы к коллоквиуму Вопросы для зачета	17 5 3
8.	8. Репутация и имидж в структуре коммуникативного пространства	ПК-28, ПК-30	Тестовые задания Вопросы к коллоквиуму Вопросы для зачета	11 6 4

**6.2. Перечень вопросов к зачету по дисциплине (модулю)  
«Репутационный менеджмент»**

1. Концептуальные основы репутационного менеджмента как теоретическая и практическая разработка вопросов репутационных технологий (ПК-28, ПК-30).
2. Репутация как социальный феномен и понятие (ПК-28, ПК-30).
3. Основные внутренние составляющие репутации и их характеристика (ПК-28, ПК-30).
4. Особенности репутации (ПК-28, ПК-30)
5. Социально-психологический феномен репутации (ПК-28, ПК-30).
6. Характеристика основных видов репутации (ПК-28, ПК-30).
7. Проблема позиционирования корпоративной социальной ответственности: репутация как компонент гудвилла ("goodwill") (ПК-28, ПК-30).
8. Репутационная политика организации: определение репутационных характеристик и



- факторов, влияющих на процесс создания корпоративной репутации (ПК-28, ПК-30).
9. Проблемы создания и развития стратегии удачного конкурентного позиционирования корпоративной репутации (ПК-28, ПК-30).
  10. Значение корпоративной культуры в создании корпоративной репутации (ПК-28, ПК-30).
  11. Причины появления кризиса репутационной политики организации (ПК-28, ПК-30).
  12. Характеристика антикризисной репутационной системы управления (ПК-28, ПК-30).
  13. Технология разработки антикризисной коммуникационной стратегии и её основные этапы (ПК-28, ПК-30).
  14. Ключевые механизмы репутационного менеджмента и их характеристика (ПК-28, ПК-30).
  15. Характеристика альтернативных подходов к управлению корпоративными репутациями и основные факторы, влияющие на выбор данных подходов (ПК-28, ПК-30).
  16. Основные этапы оценки корпоративного имиджа и репутации и их описание (ПК-28, ПК-30).
  17. Проблема изменения корпоративной репутации и основные задачи стратегического менеджмента по изменению корпоративной репутации (ПК-28, ПК-30).
  18. Характеристика возможных моделей изменения корпоративной репутации (ПК-28, ПК-30).
  19. Программа корпоративного позиционирования: проблемы разработки и реализации ПК-28, ПК-30).
  20. Проблема установления взаимодействия с клиентурой: управление процессами создания характеристик репутации у субъекта (ПК-28, ПК-30).
  21. Проблема воздействия репутационных характеристик на целевую корпоративную аудиторию (ПК-28, ПК-30).
  22. Структура оценки корпоративной репутации: её основные элементы (ПК-28, ПК-30).
  23. Анализ различных групп целевой корпоративной аудитории (ПК-28, ПК-30).
  24. Основные средства воздействия на целевую аудиторию и их характеристика (ПК-28, ПК-30).
  25. Медиапланирование как средство повышения эффективности репутационного менеджмента и интенсификации взаимодействия с целевой аудиторией (ПК-28, ПК-30).

### 6.3. Шкала оценочных средств

При функционировании модульно-рейтинговой системы обучения знания, умения и навыки, приобретаемые обучающимися в процессе изучения дисциплины (модуля) «Репутационный менеджмент», оцениваются в рейтинговых баллах. Учебная дисциплина (модуль) «Репутационный менеджмент» имеет итоговый рейтинг -100 баллов, который складывается из рубежного (40 баллов), промежуточного – (50 баллов) и поощрительного рейтинга (10 баллов). Итоговая оценка знаний обучающегося по дисциплине (модулю) определяется на основании перевода итогового рейтинга в 5-ти балльную шкалу с учетом соответствующих критериев оценивания.

Уровни освоения компетенций	Критерии оценивания	Оценочные средства (кол-во баллов)
Продвинутый (75 -100 баллов) «зачтено»	– полное знание учебного материала из разных разделов дисциплины с раскрытием сущности и основных понятий репутационного менеджмента; – умение ясно, логично и грамотно излагать изученный материал, производить собственные размышления, делать умозаключения и выводы с добавлением комментариев, пояснений, обоснований;	тестовые задания (30-40 баллов); реферат (коллоквиум, разноуровневые задачи) (8-10 баллов); вопросы к зачету (35-50 баллов);

	<p>–грамотное владение основными понятиями репутационного менеджмента.</p> <p>На этом уровне обучающийся способен творчески применять полученные знания путем самостоятельного конструирования способа деятельности, поиска новой информации.</p>	
<p>Базовый (50 -74 балла) – «зачтено»</p>	<p>–знание основных теоретических и методических положений по сущности и основным понятиям репутационного менеджмента;</p> <p>–умение собирать, систематизировать, анализировать и грамотно использовать практический материал для иллюстрации теоретических положений;</p> <p>–владение основными понятиями репутационного менеджмента.</p> <p>На этом уровне обучающимся используется комбинирование известных алгоритмов и приемов деятельности, эвристическое мышление.</p>	<p>тестовые задания (20-29 баллов); реферат (коллоквиум, разноуровневые задачи) (5-7 баллов); вопросы к зачету (23-34 балл)</p>
<p>Пороговый (35 - 49 баллов) – «зачтено»</p>	<p>–поверхностное знание сущности и основных понятий репутационного менеджмента;</p> <p>–умение осуществлять поиск информации по полученному заданию, сбор и частичный анализ данных при решении задач;</p> <p>–владение навыками соотнесения теоретической и практической стороны дисциплины (модуля).</p> <p>На этом уровне обучающийся способен по памяти воспроизводить ранее усвоенную информацию и применять усвоенные алгоритмы деятельности для решения типовых (стандартных) задач.</p>	<p>тестовые задания (14-19 баллов); реферат (коллоквиум, разноуровневые задачи) (3-4 балла); вопросы к зачету (18-22 баллов)</p>
<p>Низкий (допороговый) (компетенция не сформирована) (менее 35 баллов) – «не зачтено»</p>	<p>–незнание терминологии дисциплины (модуля); приблизительное представление о предмете и методах дисциплины; отрывочное, без логической последовательности изложение информации, косвенным образом затрагивающей некоторые аспекты программного материала;</p> <p>–неумение осуществлять поиск информации по полученному заданию, сбор и частичный анализ данных при решении задач;</p> <p>–невладение навыками соотнесения</p>	<p>тестовые задания (0-13 баллов); реферат (коллоквиум, разноуровневые задачи) (0-2 балла); вопросы к зачету (0-17 баллов)</p>

	<p>теоретической и практической стороны дисциплины (модуля). На этом уровне обучающийся не способен самостоятельно, без помощи извне, воспроизводить и применять полученную информацию.</p>	
--	---	--

Все комплекты оценочных средств (контрольно-измерительных материалов), необходимых для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций в процессе освоения дисциплины (модуля) подробно представлены в документе «Фонд оценочных средств дисциплины (модуля)».

## **7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)**

### **7.1. Основная учебная литература**

1. Сальникова, Л. С. Репутационный менеджмент. Современные подходы и технологии : учебник / Л. С. Сальникова. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2020. — 295 с. — Загл. с экрана - Режим доступа: <https://www.biblio-online.ru/book/5A1FE4EC-D425-4A36-996B-3F7C12779529>.

### **7.2. Дополнительная учебная литература**

1. Организационная культура : учебник и практикум для академического бакалавриата / В. Г. Смирнова [и др.] ; под ред. В. Г. Смирновой. — М. : Издательство Юрайт, 2020. — 306 с. — Загл. с экрана. — Режим доступа: <https://biblio-online.ru/book/56464D93-613C-4AD8-A5B0-18B3AF37EEF5/organizacionnaya-kultura>

2. Селентьева, Д. О. Политическая имиджелогия : учебное пособие для бакалавриата и магистратуры / Д. О. Селентьева. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2020. — 193 с. — Загл. с экрана. — Режим доступа: <https://biblio-online.ru/book/C82E3033-64F3-4B2D-B3CA-41CE590459E6/politicheskaya-imidzhelogiya>

3. Чернышева, А. М. Брендинг : учебник для бакалавров / А. М. Чернышева, Т. Н. Якубова. — М. : Издательство Юрайт, 2020. — 504 с. — Загл. с экрана — Режим доступа: <https://biblio-online.ru/book/307E6F8E-239D-4451-822B-93A4B9792864/brending>

### **7.3. Программное обеспечение и Интернет-ресурсы**

<http://revolution.allbest.ru/>

<http://www.etiket.ws/>

[http://window.edu.ru/window\\_catalog/pdf2txt?p\\_id=18328](http://window.edu.ru/window_catalog/pdf2txt?p_id=18328)

<http://www.alleng.ru/d/manag/man130.htm>

<http://philosophic.hf-guap.ru/historical/ethics.html>

<http://tigf.org/Suschnostj-etiki-delovih-otnoshenij.html>

[http://www.iteam.ru/publications/corporation/section\\_94/article\\_3431](http://www.iteam.ru/publications/corporation/section_94/article_3431)

### **7.4. Методические указания по освоению дисциплины (модуля)**

1. Короткова Г.В. Методические рекомендации по использованию кейс-метода в преподавании дисциплины (модуля) «Репутационный менеджмент» для студентов института экономики и управления специальности 38.05.01 – «Экономическая безопасность».—

Мичуринск, 2020.

2. Короткова Г.В Учебно-методический комплекс по дисциплине (модулю) «Репутационный менеджмент» для студентов Института экономики и управления по специальности 38.05.01 – «Экономическая безопасность», специализация Экономико-правовое обеспечение экономической безопасности. -Мичуринск, 2020.

### **7.5. Информационные технологии (программное обеспечение и информационные справочные материалы) , в том числе современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы**

1. ООО «ЭБС ЛАНЬ» (<https://e.lanbook.ru/>) (договор на оказание услуг от 10.03.2020 № ЭБ СУ 437/20/25 (Сетевая электронная библиотека)

2. Электронно-библиотечная система издательства «Лань» (<https://e.lanbook.ru/>) (договор на оказание услуг по предоставлению доступа к электронным изданиям ООО «Издательство Лань» от 03.04.2023 № 1)

3. Электронно-библиотечная система издательства «Лань» (<https://e.lanbook.ru/>) (договор на оказание услуг по предоставлению доступа к электронным изданиям ООО «Издательство Лань» от 06.04.2023 № 2)

4. База данных электронных информационных ресурсов ФГБНУ ЦНСХБ (договор по обеспечению доступа к электронным информационным ресурсам ФГБНУ ЦНСХБ через терминал удаленного доступа (ТУД ФГБНУ ЦНСХБ) от 07.04.2023 № б/н)

5. Электронно-библиотечная система «AgriLib» ФГБОУ ВО РГАЗУ (<http://ebs.rgazu.ru/>) (дополнительное соглашение на предоставление доступа от 13.04.2023 № б/н к Лицензионному договору от 04.07.2013 № 27)

6. Электронная библиотечная система «Национальный цифровой ресурс «Руконт»: Коллекции «Базовый массив» и «Колос-с. Сельское хозяйство» (<https://rucont.ru/>) (договор на оказание услуг по предоставлению доступа от 04.04.2023 № 2702/бп22)

7. ООО «Электронное издательство ЮРАЙТ» (<https://urait.ru/>) (договор на оказание услуг по предоставлению доступа к образовательной платформе ООО «Электронное издательство ЮРАЙТ» от 06.04.2023 № 6)

8. Электронно-библиотечная система «Вернадский» (<https://vernadsky-lib.ru>) (договор на безвозмездное использование произведений от 26.03.2020 № 14/20/25)

9. База данных НЭБ «Национальная электронная библиотека» (<https://rusneb.ru/>) (договор о подключении к НЭБ и предоставлении доступа к объектам НЭБ от 01.08.2018 № 101/НЭБ/4712)

10. Соглашение о сотрудничестве по оказанию библиотечно-информационных и социокультурных услуг пользователям университета из числа инвалидов по зрению, слабовидящих, инвалидов других категорий с ограниченным доступом к информации, лиц, имеющих трудности с чтением плоскочечатного текста ТОГБУК «Тамбовская областная универсальная научная библиотека им. А.С. Пушкина» (<https://www.tambovlib.ru>) (соглашение о сотрудничестве от 16.09.2021 № б/н)

11. Справочная правовая система КонсультантПлюс (договор поставки и сопровождения экземпляров систем КонсультантПлюс от 03.02.2023 № 11481 /13900/ЭС)

12. Электронный периодический справочник «Система ГАРАНТ» (договор на услуги по сопровождению от 22.12.2022 № 194-01/2023)

13. База данных нормативно-правовых актов информационно-образовательной программы «Росметод» (договор от 11.07.2022 № 530/2022)

14. База данных Научной электронной библиотеки eLIBRARY.RU – российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования - <https://elibrary.ru/>

15.. Портал открытых данных Российской Федерации - <https://data.gov.ru/>

16. Открытые данные Федеральной службы государственной статистики - <https://rosstat.gov.ru/opendata>

## 8. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

Учебные занятия с обучающимися проводятся в аудиториях: 1/305, 2/48, 2/50, 1/210, а также в других аудиториях университета согласно расписанию.

№ п/п	Наименование дисциплины (модуля), практик в соответствии с учебным планом	Наименование специальных* помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа
1.	Репутационный менеджмент	Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа (ул. Интернациональная, д. 101 – 1/305)	1.Ноутбук Lenovo X201i Tablet Core i7 620LM 2000 (инв. № 1101047448). 2.Проектор Acer X113PH SVG/DLP/3D/3000 Lm/1300:1/HDMI/10000 Hrs2.5kg (инв. № 21013400769). 3.Экран настенный Digis Optimal-C формат 1:1 (200*200) MW DSOS-1103. (инв. № 21013400766). 4.Экран настенный Digis Optimal-C формат 1:1 (200*200) MW DSOS-1103. (инв. № 21013400767), наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий. Компьютерная техника подключена к сети «Интернет» и обеспечена доступом к ЭИОС университета.	1. Лицензия от 31.12.2013 № 49413124; Microsoft Windows XP, 7 Microsoft Office 2003, 2010. 2. Ассоциация менеджеров / <a href="http://www.amr.ru">http://www.amr.ru</a> . 3. Агропромышленный союз России / <a href="http://www.apsg.ru">http://www.apsg.ru</a>
		Центр (класс) деловых игр (ул. Интернациональная, д. 101– 2/48)	1.Проектор Acer X113H (инв. №21013400641). 2.Экран на штативе Lumien Eco View с возможностью настенного крепления инв. № 21013400642). 3.Системный комплект: Компьютер Intel Original LGA 1155 Celeron G 1610 OEM (2.6/2 Mb), мат плата Asus P8H61-M LX3, монитор 20" (инв. № 21013400500, 21013400490, 21013400488, 21013400438, 21013400436, 21013400435, 21013400434, 21013400430). 4.Компьютер Celeron E3500 мат.плата ASUS, опер.память 2048 Mb, монитор 19" (инв. №	1.Project Expert 7 (договор от 18.12.2012 № 0354/1П-06). 2.Statistica Ultimate (контракт от 07.05.2018 № 0364100000818000014 ). 3.Audit Expert 4 Professional (договор от 18.12.2012 № 0354/1П-06). 4.Справочно-правовая система «Гарант» (договор № 194 – 02/2018СД от 02.07.2018). 5.Справочно-правовая

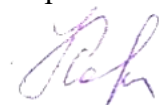
			<p>2101045305).</p> <p>5.Компьютер С-1100 (инв. № 2101041628).</p> <p>6.Компьютер Core 2 Duo, мат. плата ASUS, память 2048 Мб, монитор 19" Samsung (инв. № 2101045341).</p> <p>7.Компьютер AMD Athlon 64*2 4400 (инв. № 41013400762).</p> <p>8.Компьютер Pentium (инв. № 2101041619).</p> <p>9.Компьютер Р-433 С (инв. № 2101041103).</p> <p>10.Компьютер С-700 (инв. № 1101043216).</p> <p>11. Наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий.</p> <p>Компьютерная техника подключена к сети «Интернет» и обеспечена доступом в ЭИОС университета.</p>	<p>система «Консультант Плюс» (договор № 9012 /13900/ЭС от 20.02.2018).</p>
		<p>Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации (ул. Интернациональная, д. 101 – 2/50)</p>	<p>1. Ноутбук (инв.№1101047129).</p> <p>2. Проектор Acer X113Н (инв. №21013400641).</p> <p>3. Экран на штативе Lumien Eco View с возможностью настенного крепления инв. №21013400642).</p> <p>4. Макеты.</p> <p>5. Наглядные учебные пособия.</p> <p>6. Комплект криминалиста (ин. №.....).</p> <p>7. Интерактивный лазерный тир (ин. №.....).</p> <p>8. Наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий.</p> <p>Компьютерная техника подключена к сети «Интернет» и обеспечена доступом к ЭИОС университета.</p>	<p>1.Лицензия от 31.12.2013 № 49413124: Microsoft Windows XP, 7, Microsoft Office 2003, 2010.</p> <p>2.Психологическое тестирование личности (теория и практика)- (накладная от 25.12.2003 № 01872).</p> <p>3.Компьютерная программа к психологическому тесту СМИЛ (накладная от 25.12.2003 № 01872).</p> <p>4.Компьютерная программа к психологическому тесту ИТО (Типология)- (накладная от 25.12.2003 № 01872).</p> <p>5.Компьютерная программа к психологическому тесту Айзенка – Горбова (накладная от</p>

			<p>25.12.2003 № 01872).</p> <p>6. Компьютерная программа к психологическому тесту Шмишека (накладная от 25.12.2003 № 01872).</p> <p>7. Цветовой тест Люшера. Кабинетный вариант (Договор №75 от 11.03.2016 г.).</p> <p>8. Факторный личностный опросник Кеттелла (взрослый). Кабинетный вариант (Договор №75 от 11.03.2016 г.).</p> <p>9. Фрустрационный тест Розенцвейга (взрослый). Кабинетный вариант (Договор №75 от 11.03.2016 г.).</p> <p>10. Тест структуры интеллекта Р. Амтхауэра. Кабинетный вариант (Договор №75 от 11.03.2016 г.).</p> <p>11. Тест Дж. Гилфорда и М.Салливен. Диагностика интеллектуальных и творческих способностей. Кабинетный вариант (Договор №75 от 11.03.2016 г.).</p>
		<p>Помещение для самостоятельной работы (ул. Интернациональная, д. 101 – 1/210)</p>	<p>1. Шкаф канцелярский (инв. № 2101062853).</p> <p>2. Шкаф канцелярский (инв. № 2101062852).</p> <p>3. Холодильник Стинол (инв. № 2101040880).</p> <p>4. Принтер HP-1100 (инв. №2101041634).</p> <p>5. Принтер HP Laser Jet 1200 (инв. №1101047381).</p> <p>6. Принтер Canon (инв. №2101045032).</p> <p>7. МФУ Canon i-Sensys (инв.</p>
			<p>1. Лицензия от 31.12.2013 № 49413124: Microsoft Windows XP, 7, Microsoft Office 2003, 2010;</p> <p>2. Система Консультант Плюс (договор от 10.03.2017 № 7844/13900/ЭС, договор поставки и сопровождения экземпляров № 9012</p>

			<p>№41013400760).</p> <p>8. Системный комплект (инв. №21013400429):Процессор Intel Original LGA 1155 CeleronG 1610 OEM (2.6/2 Mb), монитор 20 Asus As MS202D , материнская плата Asus, вентилятор, память, жесткий диск, корпус, клавиатура, мышь (инв. № 21013400429).</p> <p>9. Ноутбук Hewlett Packard (инв.№21013400617).</p> <p>10. Доска классная+маркер (инв.№ 1101063872).</p> <p>11. Компьютер (инв.№41013401070).</p> <p>12. Компьютер (инв.№41013401082).</p> <p>13. Компьютер Celeron E 3300 (инв.№2101045217).</p> <p>14. Компьютер Celeron E 3300 (инв.№1101047398).</p> <p>15. Компьютер Dual Core (инв.№2101045268).</p> <p>16. Компьютер OLDI 310 КД (инв.№2101045044).</p> <p>17. Копировальный аппарат Kyocera Mita TASKalfa 180 (инв.№ 21013400369).</p> <p>Компьютерная техника подключена к сети «Интернет» и обеспечена доступом к ЭИОС университета.</p>	<p>/13900/ЭС от 20.02.2018).</p> <p>3. Электронный периодический справочник «Система ГАРАНТ» (договор от 27.12.2016 № 154-01/17, договор на услуги по сопровождению № 194 – 01/2018СД от 09.01.2018, договор сопровождения от 02.07.2018 № 194-02/2018СД).</p> <p>4. ПО «Антиплагиат.ВУЗ» (договор №193 от 21.03.2018г.).</p> <p>5. АО «Антиплагиат» (договор №193-1 от 10.05.2018г.).</p> <p>6. Договор от 17.07.2018 № 2135 на подключение информационно-образовательной программы Росметод.</p> <p>7. Профессиональная база данных: Ассоциация российских банков. - Режим доступа: <a href="http://www.arb.ru">http://www.arb.ru</a></p> <p>8. Профессиональная база данных: Ассоциация региональных банков России. - Режим доступа: <a href="http://www.asros.ru">http://www.asros.ru</a></p> <p>9. Профессиональная база данных: Профессиональный союз негосударственной сферы безопасности. – Режим доступа: <a href="http://profnsb.ru">http://profnsb.ru</a></p>
--	--	--	--	--



Автор: профессор кафедры экономической безопасности и права, канд.пед.н  
Короткова Г.В.



Рецензент: доцент кафедры управления и делового администрирования, канд.филол.н.  
Синепупова О.С.



Программа рассмотрена на заседании кафедры правового обеспечения, протокол № 6а от «17» февраля 2017 г.

Программа рассмотрена на заседании учебно-методической комиссии Института экономики и управления Мичуринского ГАУ, протокол № 7 от «21» февраля 2017 г.

Программа утверждена Решением Учебно-методического совета университета, протокол № 6 от «22» февраля 2017 г.

Программа рассмотрена на заседании кафедры экономической безопасности и права протокол № 8 от «16» апреля 2018.

Программа рассмотрена на заседании учебно-методической комиссии института экономики и управления Мичуринского ГАУ протокол №9 от «17» апреля 2018.

Программа утверждена Решением Учебно-методического совета университета Протокол №10 от «26» апреля 2018.

Программа переработана в соответствии с требованиями ФГОС ВО.

Программа рассмотрена на заседании кафедры экономической безопасности и права протокол № 10 от «17» апреля 2020.

Программа рассмотрена на заседании учебно-методической комиссии института экономики и управления Мичуринского ГАУ протокол № 8 от «21» апреля 2020.

Программа утверждена Решением Учебно-методического совета университета Протокол № 8 от «23» апреля 2020.

Программа рассмотрена на заседании кафедры экономической безопасности протокол № 9 от «19» апреля 2021 г.

Программа рассмотрена на заседании учебно-методической комиссии института экономики и управления протокол № 8 от «20» апреля 2021 г.

Программа утверждена Решением Учебно- методического совета университета протокол № 8 от «22» апреля 2021 г.

Программа переработана и дополнена в соответствии с требованиями ФГОС ВО.

Программа рассмотрена на заседании кафедры экономической безопасности и права протокол № 11 от 21 июня 2021 г

Программа рассмотрена на заседании учебно-методической комиссии института экономики и управления Мичуринского ГАУ протокол №10 от «22» июня 2021 г.

Программа утверждена Решением Учебно-методического совета университета протокол №10 от 24 июня 2021 г.

Программа рассмотрена на заседании кафедры экономической безопасности и права, протокол № 9 от «18» апреля 2022 г.

Программа рассмотрена на заседании учебно-методической комиссии Института экономики и управления Мичуринского ГАУ, протокол № 8 от «19» апреля 2022 г.

Программа утверждена Решением Учебно-методического совета университета, протокол № 8 от «21» апреля 2022 г.

Программа рассмотрена на заседании кафедры экономической безопасности и права, протокол №11 от «09» июня 2023 г.

Программа рассмотрена на заседании учебно-методической комиссии Института экономики и управления Мичуринского ГАУ, протокол № 10 от «20» июня 2023 года

Программа утверждена Решением Учебно-методического совета университета, протокол № 10 от «22» июня 2023 года