

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Владимир Александрович Дорва  
Должность: директор  
Дата подписания: 19.01.2022 11:15:08  
Уникальный программный ключ:  
2ca9543fd4843214a9c911304a24cc3a6f9d0cd9

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

**СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ ИНСТИТУТ УПРАВЛЕНИЯ – ФИЛИАЛ РАНХиГС**

Кафедра журналистики и медиакоммуникаций

УТВЕРЖДЕНА  
решением методической комиссии по  
направлению подготовки 38.04.02 «Ме-  
неджмент»  
СЗИУ РАНХиГС  
Протокол от «\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г. № \_\_

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**Б1.В.ДВ.03.02 Моделирование репутации**

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

**Краткое наименование не используется**

*краткое наименование дисциплины (модуля)*

по направлению подготовки

**38.04.02 Менеджмент**

*(код и наименование направления подготовки (специальности))*

**"Консалтинг и репутационный менеджмент в рекламе и связях с общественностью"**

*(магистерская программа)*

**магистр**

*квалификация выпускника*

**очная, заочная**

*форма(ы) обучения*

Год набора – 2021

Санкт-Петербург, 2020 г.

**Автор–составитель:**

К.филос.н., доцент,  
доцент кафедры журналистики и медиакоммуникаций

Раменский П.А.

Заведующий кафедрой журналистики и медиакоммуникаций

Ким М.Н.

## СОДЕРЖАНИЕ

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

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

1.1. Дисциплина Б1.В.ДВ.03.02 «Моделирование репутации» обеспечивает овладение следующими компетенциями:

Таблица 1

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ДПК-1	способность управлять процессами стратегического планирования, руководить подготовкой и реализацией коммуникативных мероприятий и кампаний, оценивать их качество и эффективность	ДПК-1.4	способность анализировать и моделировать репутационные характеристики любого объекта; способность выполнять рабочее задание во всем объеме при выполнении трудовых функций в организациях любого типа
ДПК-3	способность вести консалтинговую деятельность на разных уровнях вовлеченности в предпринимательскую деятельность клиента или профессиональную деятельность органов государственной власти и политических институтов	ДПК-3.4	способность осуществлять консалтинг по любым вопросам коммуникационной и репутационной политики организации и органов государственной власти; способность выполнять рабочее задание во всем объеме при выполнении трудовых функций в организациях любого типа; способность проводить научное исследование

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

Таблица 2

ОТФ/ТФ	Код этапа освоения компетенции	Результаты обучения
<p>Коммуникационная деятельность в бизнесе:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>подготовка и реализация внутренних и внешних коммуникативных мероприятий и кампаний.</li> </ul> <p>Управление работами в подразделении организации:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>оценка конкурентной среды;</li> <li>разработка составляющих имидж-политики;</li> <li>разработка и оценка контента и формата макетных материалов с целью формирования и внедрения медийного продукта;</li> <li>оценка эффективности коммуникативных мероприятий и кампаний.</li> </ul> <p>Взаимодействие с органами государственной власти и управления:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>консалтинговая деятельность в интересах органов государственной власти и политических институтов.</li> </ul> <p>Операционное управление персоналом и подразделени-</p>	ДПК-1.4	<p>На уровне знаний:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>закономерности функционирования коммуникационных систем;</li> <li>знания об основных принципах и теориях моделирования репутации;</li> <li>ключевые понятия, цели и задачи использования маркетинговых исследований и ситуационного анализа в областях, связанных с коммуникацией;</li> <li>основные количественные и качественные методы исследования систем управления;</li> <li>методы диагностики систем управления;</li> <li>виды моделей, применяемых при исследовании систем управления;</li> <li>законы социальной психологии.</li> </ul>
		<p>На уровне умений:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>планировать, подготавливать и реализовывать массовые коммуникативные мероприятия;</li> <li>анализировать макро- и микросреду рынка, разрабатывать концепцию проведения маркетинговых исследований и ситуационного анализа, выбирать пригодные в конкретных ситуациях методы, проводить изучение конкурентной среды и потребительских предпочтений, сегментировать и выделять целевую аудиторию потребителей, обрабатывать и анализировать результаты проведенных исследований;</li> <li>разрабатывать проектную документацию на этапах проведения коммуникационных кампаний.</li> </ul>
		<p>На уровне навыков:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>навыки управления массовыми коммуникативными процессами;</li> </ul>

<p>ем организации:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• оптимизация коммуникационных процессов в организации;</li> <li>• планирование и маркетинг персонала.</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• навыки использования современных инструментов маркетинговых исследований и ситуационного анализа, получения и анализа первичной и вторичной информации о состоянии внешней среды предприятия;</li> <li>• навыки построения организационно-управленческих моделей организации;</li> <li>• навыки использования современных программных средств анализа и моделирования систем управления.</li> </ul>
<p>Консультирование клиентов компании в сфере своей профессиональной деятельности:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• организация экспертизы решений и консультирование в сфере менеджмента, в том числе репутационного менеджмента и имидж-политики;</li> <li>• консалтинговая деятельность на разных уровнях вовлеченности в предпринимательскую деятельность клиента.</li> </ul> <p>Коммуникационная деятельность в бизнесе:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• подготовка и реализация внутренних и внешних коммуникативных мероприятий и кампаний.</li> </ul> <p>Взаимодействие с органами государственной власти и управления:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• консалтинговая деятельность в интересах органов государственной власти и политических институтов.</li> </ul> <p>Операционное управление персоналом и подразделением организации:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• оптимизация коммуникационных процессов в организации;</li> <li>• планирование и маркетинг персонала.</li> </ul>	<p>ДПК-3.4</p>	<p>На уровне знаний:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• закономерности функционирования коммуникационных систем;</li> <li>• сущность, структура и функции массовой коммуникации, основные методы измерения структурных элементов коммуникатемы, основные принципы и формы взаимодействия PR-специалиста со СМИ; виды, средства, формы и методы коммуникаций в рыночной среде;</li> <li>• ключевые понятия, цели и задачи использования маркетинговых исследований и ситуационного анализа в областях, связанных с коммуникацией;</li> <li>• механизмы влияния современных бизнес-процессов и развития информационных технологий на разработку комплекса маркетинговых коммуникаций;</li> <li>• технологии использования нетрадиционных маркетинговых коммуникаций для создания и укрепления лояльности потребителей и сотрудников компании;</li> <li>• законы социальной психологии.</li> </ul> <p>На уровне умений:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• планировать, подготавливать и реализовывать массовые коммуникативные мероприятия;</li> <li>• разрабатывать основные компоненты системы маркетинговых коммуникаций, исходя из особенностей маркетинговой стратегии компании; анализировать коммуникационные стратегии компании и бренда;</li> <li>• разрабатывать проектную документацию на этапах проведения коммуникационных кампаний.</li> </ul> <p>На уровне навыков:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• навыки управления массовыми коммуникативными процессами;</li> <li>• навыки устной и письменной деловой коммуникации, в том числе навыки подготовки проектной и сопутствующей документации на этапах проведения коммуникационных кампаний;</li> <li>• навыки использования современных инструментов маркетинговых исследований и ситуационного анализа, получения и анализа первичной и вторичной информации о состоянии внешней среды предприятия;</li> <li>• навыки планирования, подготовки и осуществления коммуникационных мероприятий и кампаний в соответствии с целями и задачами организации на основе результатов исследований.</li> </ul>

## 2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО

**Место дисциплины.** Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единиц, 180 академ. часов, 135 астрономич. часов.

*Таблица 3*

Вид работы	Трудоемкость (в академ. часах)
<b>Общая трудоемкость</b>	180/180
<b>Контактная работа с преподавателем</b>	36/8
Лекции	10/2

Практические занятия	26/6
Лабораторные занятия	-/168
<b>Самостоятельная работа</b>	144/4
Контроль	
Формы текущего контроля	Устный опрос, реферат
<b>Форма промежуточной аттестации</b>	Зачет – 4 семестр

**Место дисциплины.** Учебная дисциплина Б1.В.ДВ.3.2 «Моделирование репутации» (4 семестр) является дисциплиной по выбору по направлению подготовки магистров 38.04.02 Менеджмент.

«Входными» для ее освоения являются знания, умения и навыки, полученные обучающимися в процессе изучения таких дисциплин, как Б.1.Б.03 «Информационные системы управления УР СЭС» (1 семестр). Знания, полученные в курсе, используются студентами на преддипломной практике и при написании выпускной квалификационной работы.

Знания, умения и навыки, полученные при изучении дисциплины, используются студентами при выполнении выпускных квалификационных работ, а также в дальнейшей организационно-управленческой деятельности и деятельности в сфере маркетинга.

### 3. Содержание и структура дисциплины

#### 3.1. Учебно-тематический план

Таблица 4

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Объем дисциплины (модуля), час.					СР	Форма текущего контроля успеваемости **, промежуточной аттестации
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий					
			Л	ЛР	ПЗ	КСР		
<b>Очная форма обучения</b>								
Тема 1	Модели коллективной репутации	44	2		6		36	УО*/Р**
Тема 2	Модель информационного управления	44	2		6		36	УО*/ Р**
Тема 3	Математические модели репутации	44	2		6		36	УО* / Р**
Тема 4	Элементы модели деловой репутации	48	4		8		36	УО*/ Р**
Промежуточная аттестация								Зачет
<b>Всего</b>		<b>180/135</b>	<b>10/7,5</b>		<b>26/19,5</b>	<b>2*</b>	<b>144/108</b>	

\*Контактная самостоятельная работа не входит в общий объем часов дисциплины

УО\* – устный опрос

Р\*\* – реферат

#### 3.2 Содержание дисциплины

##### **Тема 1. Модели коллективной репутации**

Модель Ж. Тироля.

Модель норм поведения

Модель общих характеристик

Модель Шапиро-Стиглица

##### **Тема 2. Модель информационного управления**

Модель информационного влияния

Модель информационного управления

Моделирование динамики репутации

Модель информационного противоборства

##### **Тема 3. Математические модели репутации**

Закон изменения репутации

Моделирование игроков  
Теоретико-игровые модели репутации  
Рефлексивные модели репутации  
**Тема 4. Элементы модели деловой репутации**  
Определение понятия «деловая репутация»  
Основные характеристики практической ценности хорошей деловой репутации  
Стоимость деловой репутации  
Управление стоимостью деловой репутации  
Модель влияния деловой репутации на обеспечение финансовой устойчивости  
Деловая репутация – один из ключевых нематериальных активов

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

##### **4.1. Формы и методы текущего контроля успеваемости обучающихся и промежуточной аттестации**

4.1.1. В ходе реализации дисциплины Б1.В.ДВ.3.2 «Моделирование репутации» используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

- при проведении занятий лекционного типа: устный опрос;
- при проведении занятий семинарского типа: устный опрос, реферат;
- при контроле результатов самостоятельной работы студентов: устный опрос.

На занятиях для решения воспитательных и учебных задач применяются следующие формы интерактивной работы: диалого-дискуссионное обсуждение проблем, поисковый метод, исследовательский метод, деловые игры, разбор конкретных ситуаций.

4.1.2. Зачет проводится с применением следующих методов: устное собеседование по вопросам.

##### **4.2. Материалы текущего контроля успеваемости**

*Типовые вопросы для устного опроса на практических занятиях по темам 1-4*

1. Дайте определение понятия «репутация»
2. Опишите нормы деятельности агента
3. Дайте характеристику групповой репутации
4. Опишите основные признаки оптимальной скорости забывания
5. Расскажите о статистической теории дискриминации К. Эрроу
6. Дайте характеристику модели неявных (implicit, self-enforcing) контрактов
7. Сформируйте представление о динамических моделях, в которых использование стратегии наказания игроков, отклонившихся от коллективного оптимума
8. Дайте характеристики команды в модели репутации
9. Сформулируйте определение понятия «влияние»
10. Рассмотрите на примере субъектов и объектов влияния
11. Дайте характеристику ненаправленного влияния
12. Дайте описание «весомость мнения агента»
13. Опишите технологии манипулирования итоговым мнением
14. Рассмотрите технологии контроля динамики репутации
15. Опишите закон изменения репутации
16. Дайте характеристику организации, в которой чаще всего ставится задача информационного управления
17. Рассмотрите моделирование информационного управления
18. Сформулируйте моделирование информационного влияния
19. Сформулируйте на реальном примере теорию информационного противоборства
20. Дайте характеристику задаче динамической активной экспертизы с репутацией
21. Опишите причину манипулируемости результатов экспертизы
22. Сформулируйте основные положения теории «гудвилла и деловой репутации»

23. Дайте характеристику практической ценности деловой репутации
24. Расскажите об основных теориях стоимости деловой репутации
25. Опишите влияние деловой репутации на обеспечение финансовой устойчивости компании

*Типовой перечень тем рефератов по темам 1-4:*

1. Определение понятия «репутация»
2. Норма деятельности агента
3. Групповая репутация
4. Оптимальная скорость забывания
5. Статистическая теория дискриминации К. Эрроу
6. Влияние деловой репутации на обеспечение финансовой устойчивости компании
7. Динамические модели, в которых использование стратегии наказания игроков, отклонившихся от коллективного оптимума
8. Характеристики команды в модели репутации
9. Весомость мнения агента
10. Манипулирование итоговым мнением
11. Динамика репутации
12. Закон изменения репутации
13. Задача информационного управления
14. Моделирование информационного управления
15. Моделирование информационного влияния
16. Моделирование информационного противоборства
17. Задача динамической активной экспертизы с репутацией
18. Манипулируемость результатов экспертизы
19. Гудвилл и деловая репутация
20. Характеристики практической ценности деловой репутации
21. Стоимость деловой репутации
22. Влияние деловой репутации на обеспечение финансовой устойчивости компании
23. Модель Ж. Тироля.
24. Модель норм поведения
25. Модель общих характеристик
26. Модель Шапиро-Стиглица
27. Теоретико-игровые модели репутации
28. Рефлексивные модели репутации
29. Элементы модели деловой репутации
30. Определение понятия «деловая репутация»

**4.3. Оценочные средства для промежуточной аттестации**

*Таблица 5(1)*

<i>Код компетенции</i>	<i>Наименование компетенции</i>	<i>Код этапа освоения компетенции</i>	<i>Наименование этапа освоения компетенции</i>
ДПК-1	способность управлять процессами стратегического планирования, руководить подготовкой и реализацией коммуникативных мероприятий и кампаний, оценивать их качество и эффективность	ДПК-1.4	способность анализировать и моделировать репутационные характеристики любого объекта; способность выполнять рабочее задание во всем объеме при выполнении трудовых функций в организациях любого типа
ДПК-3	способность вести консалтинговую деятельность на разных уровнях вовлеченности в предпринимательскую деятельность	ДПК-3.4	способность осуществлять консалтинг по любым вопросам коммуникационной и репутационной политики организации и органов государственной власти; способность выполнять рабочее задание во всем объеме при выполнении трудовых функ-



	клиента или профессиональную деятельность органов государственной власти и политических институтов		ций в организациях любого типа; способность проводить научное исследование
--	--	--	--

*Таблица 5(2)*

<i>Этап освоения компетенции</i>	<i>Показатель оценивания</i>	<i>Критерий оценивания</i>
ДПК-1.4: способность анализировать и моделировать репутационные характеристики любого объекта; способность выполнять рабочее задание во всем объеме при выполнении трудовых функций в организациях любого типа; способность проводить научное исследование	Демонстрирует знание основ репутационного менеджмента.	Уверенно анализирует репутационные характеристики любого объекта.
ДПК-3.4: способность осуществлять консалтинг по любым вопросам коммуникационной и репутационной политики организации и органов государственной власти; способность выполнять рабочее задание во всем объеме при выполнении трудовых функций в организациях любого типа; способность проводить научное исследование	Демонстрирует знание основ репутационного менеджмента. Разбирается в вопросах организации внутренних и внешних коммуникаций.	Уверенно анализирует репутационные характеристики любого объекта. Грамотно и обоснованно анализирует и моделирует деловые коммуникации любого типа.

На зачете студент отвечает на 2 вопроса и выполняет тестовое задание.

*Перечень вопросов для подготовки к зачету*

1. Определение понятия «репутация»
2. Норма деятельности агента
3. Групповая репутация
4. Оптимальная скорость забывания
5. Статистическая теория дискриминации К. Эрроу
6. Модели неявных (implicit, self-enforcing) контрактов
7. Динамические модели, в которых использование стратегии наказания игроков, отклонившихся от коллективного оптимума
8. Характеристики команды в модели репутации
9. Определение понятия «влияние»
10. Субъекты и объекты влияния
11. Ненаправленное влияние
12. Весомость мнения агента
13. Манипулирование итоговым мнением
14. Динамика репутации
15. Закон изменения репутации
16. Задача информационного управления
17. Моделирование информационного управления
18. Моделирование информационного влияния
19. Моделирование информационного противоборства
20. Задача динамической активной экспертизы с репутацией
21. Манипулируемость результатов экспертизы
22. Гудвилл и деловая репутация
23. Характеристики практической ценности деловой репутации
24. Стоимость деловой репутации
25. Влияние деловой репутации на обеспечение финансовой устойчивости компании
26. Определение понятия «репутация»
27. Норма деятельности агента
28. Групповая репутация
29. Оптимальная скорость забывания
30. Статистическая теория дискриминации К. Эрроу
31. Влияние деловой репутации на обеспечение финансовой устойчивости компании

32. Динамические модели, в которых использование стратегии наказания игроков, отклонившихся от коллективного оптимума
33. Характеристики команды в модели репутации
34. Весомость мнения агента
35. Манипулирование итоговым мнением
36. Динамика репутации
37. Закон изменения репутации
38. Задача информационного управления
39. Моделирование информационного управления
40. Моделирование информационного влияния
41. Моделирование информационного противоборства
42. Задача динамической активной экспертизы с репутацией
43. Манипулируемость результатов экспертизы
44. Гудвилл и деловая репутация
45. Характеристики практической ценности деловой репутации
46. Стоимость деловой репутации
47. Влияние деловой репутации на обеспечение финансовой устойчивости компании
48. Модель Ж. Тироля.
49. Модель норм поведения
50. Модель общих характеристик
51. Модель Шапиро-Стиглица
52. Теоретико-игровые модели репутации
53. Рефлексивные модели репутации
54. Элементы модели деловой репутации
55. Определение понятия «деловая репутация»

### **Шкала оценивания**

Оценка результатов производится на основе балльно-рейтинговой системы (БРС). Использование БРС осуществляется в соответствии с приказом от 28 августа 2014 г. №168 «О применении балльно-рейтинговой системы оценки знаний студентов». БРС по дисциплине отражена в схеме расчетов рейтинговых баллов (далее – схема расчетов).

Схема расчетов сформирована в соответствии с учебным планом направления, согласована с руководителем научно-образовательного направления, утверждена деканом факультета. Схема расчетов доводится до сведения студентов на первом занятии по данной дисциплине. Схема расчетов является составной частью рабочей программы дисциплины и содержит информацию по изучению дисциплины, указанную в Положении о балльно-рейтинговой системе оценки знаний обучающихся в РАНХиГС.

На основании п. 14 Положения о балльно-рейтинговой системе оценки знаний обучающихся в РАНХиГС в институте принята следующая шкала перевода оценки из многобалльной системы в пятибалльную:

На основании п. 14 Положения о балльно-рейтинговой системе оценки знаний обучающихся в РАНХиГС в институте принята следующая шкала перевода оценки из многобалльной системы в пятибалльную:

Расчет итоговой рейтинговой оценки:

**Таблица 6**

<i>Количество баллов</i>	<i>Экзаменационная оценка</i>	
	<i>прописью</i>	<i>буквой</i>
86–100	отлично	А
78–85	хорошо	В
66–77	хорошо	С
61– 65	удовлетворительно	Д
51 – 60	удовлетворительно	Е
0–50	неудовлетворительно	ЕХ

#### 4.4. Методические материалы Описание системы оценивания

Таблица 7

Оценочные средства (формы текущего и промежуточного контроля)	Показатели оценки	Критерии оценки
Реферат	Реферат с презентацией рассмотрен на семинарском занятии	Презентация выполнена без ошибок – 5 баллов Презентация выполнена полностью, но отдельные фрагменты презентации содержат ошибки, защищены не все позиции презентации – 3 балла Задание не выполнено – 0 баллов
Устный опрос	Корректность и полнота ответов	<b>Сложный вопрос:</b> полный, развернутый, обоснованный ответ – 3 баллов Правильный, но не аргументированный ответ – 2 баллов Неверный ответ – 0 баллов <b>Обычный вопрос:</b> полный, развернутый, обоснованный ответ – 2 балла Правильный, но не аргументированный ответ – 1 балла Неверный ответ – 0 баллов. <b>Простой вопрос:</b> Правильный ответ – 1 балл; Неправильный ответ – 0 баллов
Зачет	корректность и полнота ответа; знание и использование терминологии; логичность и последовательность в изложении материала; использование примеров	1) при ответе задействованы 2 показателя, 10-17 баллов; 2) при ответе задействованы 3 показателя, 18-24 балла; 3) при ответе задействованы 4 показателя, 25-30 баллов.

Зачет проходит в форме устного собеседования по вопросам. На подготовку к ответу дается 45 минут. Итоговая оценка по дисциплине выставляется с учетом набранных на аудиторных занятиях баллов.

#### 5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

При подготовке к лекционным занятиям студенту следует ознакомиться с Учебно-тематическим планом изучаемой учебной дисциплины, а также с Календарным планом прохождения соответствующего курса - с тем, чтобы иметь возможность вспомнить уже пройденный материал данного курса и на этой основе подготовиться к восприятию новой информации, следуя логике изложения курса преподавателем-лектором.

В процессе лекционного занятия студент ведет свой конспект лекций, делая записи, касающиеся основных тезисов лектора. Это могут быть исходные проблемы и вопросы, ключевые понятия и их определения, важнейшие положения и выводы, существенные оценки и т.д. Не следует увлекаться механической записью всего услышанного содержания курса, поскольку такая дотошность может привести к недопониманию студентом текущего материала лекции.

В заключительной части лекции студент может задать вопросы преподавателю по содержанию лекции, уточняя и уясняя для себя теоретические моменты, которые остались ему непонятными.

Стоит отметить, что курс «Правоведение» является не только чрезвычайно объемным, но и сложным по содержанию. Поэтому для его наилучшего усвоения учебного материала и успешной сдачи экзамена по данной дисциплине помимо прослушивания курса лекций, необходимо также систематическая самостоятельная работа студента. Самостоятельная ра-

бота студента, прежде всего, подразумевает изучение им учебной и научной литературы, рекомендуемой Учебно-методическим комплексом и программой курса.

Выполнение самостоятельной работы предполагает: качественную подготовку ко всем видам учебных занятий; реферирование и аннотирование указанных преподавателем источников и литературы; систематический просмотр периодических изданий целью выявления публикаций в области изучаемой проблематики; изучение учебной литературы; использование интернет-ресурсов; подготовку докладов-презентаций по отдельным темам дисциплины.

В процессе самостоятельной подготовки при освоении дисциплины необходимо изучить основную литературу, затем – дополнительную. Именно знакомство с дополнительной литературой, значительная часть которой существует как в печатном, так и электронном виде, способствует более глубокому освоению изученного материала. Литературу можно найти в указанных выше источниках, сети Интернет.

Значительную роль в изучении дисциплины выполняют практические (семинарские) занятия, которые призваны, прежде всего, закреплять теоретические знания, полученные в ходе прослушивания и запоминания лекционного материала, изучения первоисточников, ознакомления с учебной и научной литературой. Тем самым практические (семинарские) занятия способствуют получению студентами наиболее качественных знаний, а также позволяют осуществлять со стороны преподавателя текущий контроль над успеваемостью студентов.

Практические (семинарские) занятия преподаватель может проводить в различных формах: обсуждение вопросов темы, заслушивание докладов по отдельным вопросам и их обсуждение, выполнение письменных работ, тестирование и решение практических задач.

В процессе подготовки к практическому (семинарскому) занятию студент учиться самостоятельно аккумулировать знания путем изучения конспекта лекций и соответствующих разделов учебника, ознакомления с дополнительной литературой и источниками, рекомендованными к этому семинарскому занятию. Важным моментом в изучении рекомендованных первоисточников, а также специальной литературы является их конспектирование. Составление конспекта не самоцель, а важное средство изучения источника. Основной ошибкой при конспектировании, как правило, является механическое переписывание, тогда как конспектирование должно заключаться в предельно сжатом изложении основных мыслей и фактов.

Выступления на практических занятиях могут быть представлены в виде реферата, доклада или сообщения. Любое из них должно содержать план или постановку задачи, изложение материала и выводы. В каждом выступлении необходимо выделять главную мысль («стержневой вопрос»). Выступления должны носить научный, логичный, аргументированный, конкретный и профессиональный характер, быть убедительными. Отвечать на тот или иной вопрос студентам рекомендуется формулировать наиболее полно и точно, при этом нужно уметь логически грамотно выражать и обосновывать свою точку зрения, свободно оперировать юридическими понятиями и терминами.

Устный опрос. Этот вид работы предусмотрен на семинарских занятиях и включает в себя ответы на вопросы и ответы при проверке заданий. Студенты распределяют в группе вопросы из списка вопросов для обсуждения в плане каждого семинарского занятия. Ответ на вопрос должен быть кратким, по существу и, как правило, не превышающим 3-х минут монологической речи. Готовиться к устному опросу по планам семинаров следует по списку основной и дополнительной литературы. Ответ студента при проверке письменного домашнего задания из плана семинарского занятия является разновидностью устного опроса. На семинарских занятиях также предусмотрены дополнительные, кроме домашней работы, задания, собеседование по дополнительным вопросам и дополнительным заданиям на семинарских занятиях рассматривается как устный опрос.

Таким образом, посещение студентом лекционных занятий, активная самостоятельная работа, а также заметное участие на семинарских занятиях необходимы для подготовки и

успешной сдачи зачета как формы рубежного контроля и экзамена как формы итогового контроля.

Зачет обычно проводится в устной форме – как развернутый ответ на один вопрос из Списка вопросов к зачету по курсу или в форме тестирования. Более подробную информацию о методике подготовки и сдачи зачета студент может получить у преподавателя на консультациях к зачету.

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

### **6.1. Основная литература**

1. Новиков Д.А.. Математические модели формирования и функционирования команд. - М.: Издательство физико-математической литературы, 2008. - 184 с.

### **6.2. Дополнительная литература**

1. Губанов Д. А. Обзор онлайн-систем репутации/доверия. – 2009. – М.: ИПУ РАН, Интернет-конференция по проблемам управления ([www.mtas.ru/forum](http://www.mtas.ru/forum)). – 25 с.
2. Губко М. В., Новиков Д. А. Теория игр в управлении организационными системами. – М.: Синтег, 2002. – 148 с.
3. Ермаков Н. С., Иващенко А. А., Новиков Д. А. Модели репутации и норм деятельности. – М.: ИПУ РАН, 2005. – 67 с.
4. Новиков Д. А., Смиронов И. М., Шохина Т. Е. Механизмы управления динамическими активными системами. – М.: ИПУ РАН, 2002. – 124 с.
5. Чхартишвили А. Г. Теоретико-игровые модели информационного управления. – М.: ПМСОФТ, 2005. – 160 с.

### **6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы**

СЗИУ располагает доступом через сайт научной библиотеки <http://nwara.spb.ru/> к следующим подписным электронным ресурсам:

#### *Русскоязычные ресурсы*

- Электронные учебники электронно-библиотечной системы (ЭБС) «Айбукс»
- Электронные учебники электронно-библиотечной системы (ЭБС) «Юрайт»
- Электронные учебники электронно-библиотечной системы (ЭБС) «Лань»
- Научно-практические статьи по финансам и менеджменту Издательского дома «Библиотека Гребенникова»
- Энциклопедии, словари, справочники «Рубриконт»
- Полные тексты диссертаций и авторефератов *Электронная Библиотека Диссертаций РГБ*
- Информационно-правовые базы *Консультант плюс, Гарант.*

#### *Англоязычные ресурсы*

- EBSCO Publishing - доступ к мультидисциплинарным полнотекстовым базам данных различных мировых издательств по бизнесу, экономике, финансам, бухгалтерскому учету, гуманитарным и естественным областям знаний, рефератам и полным текстам публикаций из научных и научно-популярных журналов.
- Emerald- крупнейшее мировое издательство, специализирующееся на электронных журналах и базах данных по экономике и менеджменту. Имеет статус основного источника профессиональной информации для преподавателей, исследователей и специалистов в области менеджмента.

### **6.4. Нормативно-правовые документы**

Конституция Российской Федерации принята на референдуме 12 декабря 1993 (с учетом поправок, внесенных Законами РФ о поправках к Конституции РФ от 30.12.2008 N 6-ФКЗ, от 30.12.2008 N 7-ФКЗ, от 05.02.2014 N 2-ФКЗ, от 21.07.2014 N 11-ФКЗ)

### **6.5. Интернет-ресурсы**

Кроме вышеперечисленных ресурсов, используются следующие ресурсы сети Интернет:

1. Единое окно доступа к образовательным ресурсам [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: <http://window.edu.ru/>
2. Официальный сайт Российской Национальной Библиотеки [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: <http://www.nlr.ru/>
3. Официальный сайт Российской Государственной Библиотеки [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: <http://www.rsl.ru/>

### **6.6. Иные источники**

При изучении дисциплины иные источники не используются.

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

Курс включает использование программного обеспечения Microsoft Excel, Microsoft Word, Microsoft Power Point для подготовки текстового и табличного материала, графических иллюстраций.

Методы обучения предполагают использование информационных технологий (компьютерное тестирование, демонстрация мультимедийных материалов).

Задействованы Интернет-сервисы и электронные ресурсы (поисковые системы, электронная почта, профессиональные тематические чаты и форумы, системы аудио и видео конференций, онлайн энциклопедии, справочники, библиотеки, электронные учебные и учебно-методические материалы).

*Компьютерные и информационно-коммуникативные средства.*

*Технические средства обучения*

**Таблица 8**

№ п/п	Наименование
1.	Специализированные залы для проведения лекций, оборудованные мультимедийной техникой, позволяющей демонстрировать презентации и просматривать кино и видео материалы.
2.	Специализированная мебель и оргсредства: аудитории и компьютерные классы, оборудованные посадочными местами.
3.	Технические средства обучения: персональные компьютеры; компьютерные проекторы; звуковые динамики; программные средства Microsoft.