

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

**Федеральное государственное автономное  
образовательное учреждение высшего образования  
«Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет  
им. Н.И. Лобачевского»**

**Высшая школа искусств и дизайна**

УТВЕРЖДЕНО  
решением ученого совета ННГУ  
протокол от  
30 ноября 2022 г. № 13

**Рабочая программа дисциплины**

**Имидж и репутация в культуре**

---

Уровень высшего образования  
**магистратура**

---

Направление подготовки / специальность  
**38.04.02 «Менеджмент»**

---

Направленность образовательной программы  
**Менеджмент культуры и музеев**

---

Форма обучения  
**очная**

---

Нижегород

2023 год

## 1. Место дисциплины в структуре ООП

Дисциплина «Имидж и репутация в культуре» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений основной образовательной программы направления подготовки 38.04.02 «Менеджмент».

№ варианта	Место дисциплины в учебном плане образовательной программы	Стандартный текст для автоматического заполнения в конструкторе РПД
1	Блок 1. Дисциплины (модули) Часть, формируемая участниками образовательных отношений	Дисциплина Б1.В.ДВ.04.01.04 «Имидж и репутация в культуре» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений ООП направления подготовки 38.04.02 «Менеджмент»

## 2. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы (компетенциями и индикаторами достижения компетенций)

Формируемые компетенции (код, содержание компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), в соответствии с индикатором достижения компетенции		Наименование оценочного средства
	Индикатор достижения компетенции* (код, содержание индикатора)	Результаты обучения по дисциплине**	
ПК-3. Способность осуществлять стратегическое управление предприятиями и организациями различных видов экономической деятельности	ПК-3.1. Формулирует цели и анализирует предпринимательскую среду предприятий и организаций различных видов экономической деятельности	Знать: методы исследования мнения аудитории и приемы, направленные на улучшение имиджа и репутации организации культуры  Уметь: проводить исследования потребителей и маркетинговой среды организации  Владеть: инструментарием социально-культурных управленческих технологий для формирования имиджа и деловой репутации компании	Тестирование, практическое задание
	ПК-3.2. Разрабатывает стратегию и тактику развития предприятий и организаций различных видов экономической деятельности с учетом действую-	Знать: — стратегию и тактику управления репутацией, использования СМИ при управлении репутацией  Уметь: — работать с информационными и имиджевыми кор-	

	ющей нормативно-правовой базы	поративными документами; - разрабатывать коммуникационные и информационные кампании в СМИ, медиапрограммы  Владеть: - навыком мониторинга информационного окружения	
--	-------------------------------	---	--

### 3. Структура и содержание дисциплины

#### 3.1 Трудоемкость дисциплины

	<b>Очная форма обучения</b>
<b>Общая трудоемкость</b>	<b>3 ЗЕТ</b>
<b>Часов по учебному плану</b>	<b>108</b>
<b>в том числе</b>	
<b>аудиторные занятия (контактная работа):</b>	<b>18</b>
- занятия лекционного типа	<b>6</b>
- занятия семинарского типа ( практические занятия / лабораторные работы)	<b>12</b>
<b>самостоятельная работа</b>	<b>89</b>
<b>КСР</b>	<b>1</b>
<b>Промежуточная аттестация – зачет</b>	

#### 3.2. Содержание дисциплины

Наименование и краткое содержание разделов и тем дисциплины	Всего (часы)	в том числе												Самостоятельная работа обучающегося, часы			
		Контактная работа (работа во взаимодействии с преподавателем), часы из них										Всего					
		Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа		Занятия лабораторного типа		Всего		Самостоятельная работа обучающегося, часы							
		Очная	Очно-заочная	Заочная	Очная	Очно-заочная	Заочная	Очная	Очно-заочная	Заочная	Очная	Очно-заочная	Заочная	Очная	Очно-заочная	Заочная	
Тема 1. Теоретические осно-				1			2					3			14		

вы имиджелогии																	
Тема 2. Имидж компании и технологии его формирования			1		2					3			14				
Тема 3. Формирование имиджа организации			1		2					3			14				
Тема 4. Имидж и репутация: проблемы соотношения понятий			1		2					3			16				
Тема 5. Методы формирования репутации			1		2					3			16				
Тема 6. Методы управления репутацией и ее изменения			1		2					3			15				
КСР/Зачет	1																
Итого	108		6		12					18			89				

## Содержание

### Тема 1. Теоретические основы имиджелогии

Сущность понятий имидж и деловая репутация компании, общее и различия. Взаимосвязь корпоративного имиджа и деловой репутации компании. Принципы формирования деловой репутации. Процесс управления деловой репутацией. Модели количественной оценки деловой репутации компании. Факторы внешней и внутренней среды компании, влияющие на ее репутацию. Система стейкхолдеров современной компании и обеспечение баланса интересов заинтересованных сторон. Потенциал и практическая ценность деловой репутации компании.

Основные условия формирования имиджа. Теоретические основания имиджа. Принципы имиджелогии. Приоритетные функции имиджа (ценностные, технологические).

Социально-психологические закономерности формирования и функционирования имиджа. Роль механизмов социально-психологического влияния в процессе формирования имиджа. Закономерности формирования и функционирования имиджа (Коммуникационная модель формирования имиджа. Каналы передачи информации.).

Формирование имиджа как субъект - субъектное взаимодействие. Формирование имиджа как создание социальной реальности в сознании людей. Общественное мнение общественное сознание. Когнитивные процессы в основе формирования имиджа.

Социальные стереотипы и установки. Эффекты межличностного восприятия. Ошибки восприятия: их предупреждение и преодоление. Механизмы влияния в процессе формирования имиджа. Понятие социально-психологического влияния. Убеждение. Внушение. Само-

продвижение, заражение, пробуждение импульса к подражанию, принуждение, деструктивная критика, игнорирование, манипуляция. Технологии нейролингвистического программирования.

## **Тема 2. Имидж компании и технологии его формирования**

Направления использования формирования имиджа (оказание индивидуальных услуг, участие в рекламной деятельности, работа в системе связей с общественностью). Характеристика этапов формирования имиджа: изучение объекта, оценка аудитории, коррекция характеристик объекта, символизация, позиционирование, презентация имиджа. Выявление имиджевых качеств объекта. Обеспечение постоянства имиджа. Использование методов активного социально-психологического обучения в формировании имиджа. Оптимизация общения с клиентом.

Понятие и структура имиджа организации. Элементы структуры имиджа организации. Достоинства и недостатки учреждения культуры в глазах потребителя его услуг. Разработка мероприятий по нейтрализации недостатков и усилению достоинств учреждения культуры с целью повышения привлекательности ее имиджа.

## **Тема 3. Формирование имиджа организации**

Возрастания значимости имиджа организации и его особенности в современных условиях. Степень научной разработанности проблемы корпоративного (организационного имиджа). Социальная природа и функции организационного имиджа: корпоративная культура - объективная основа единства внутреннего и внешнего имиджа организации.

Роль имиджа организации в условиях современного рынка услуг. Внешний и внутренний имидж. Связь внутреннего имиджа с корпоративной культурой. Оптимальная структура внешнего имиджа учреждения. Изучение имиджа учреждения. Методы оценки. Оптимальная структура имиджа. Имидж руководителя в структуре имиджа учреждения. Роль внешних атрибутов образовательного учреждения: эмблема, девиз. Организация связей с общественностью. Критерии и показатели эффективности формирования имиджа. Алгоритм совершенствования имиджа. Основные мероприятия по совершенствованию имиджа. Особенности имиджа культуры. Критерии эффективности корпоративного имиджа.

## **Тема 4. Имидж и репутация: проблемы соотношения понятий**

Инструментарий имиджелогии в репутационном менеджменте. Характеристики имиджа (Т.Лебедева). Индивидуальный, обещающий, комплицитный, легитимный, идентичный имидж. Индивидуальный и корпоративный имидж. Бизнес-имидж и политический имидж. Структура индивидуального имиджа (Д.В. Ольшанский). Индивидуально-личностные черты, социальные черты, личностно-энергетические черты и пр. Архетипические структуры имиджа. Основопологающие имиджевые характеристики и дополнительные идентификаторы в структуре корпоративного имиджа (А.С. Ольшевский). Использование вторичных ассоциаций для улучшения корпоративного имиджа. Понятие совокупного имиджа. Использование в корпоративном позиционировании имиджа страны, отрасли, партнера по бизнесу.

## **Тема 5. Методы формирования репутации**

Формирование репутации. Финансовая устойчивость, рыночная устойчивость, перспективы, возможность реализации перспектив, информационный ресурс, административный ресурс как факторы формирования положительной репутации компании. Определение конкурентных преимуществ и позиционирование организации как начальный этап управления репутацией. Направления позиционирования. Определение репутационной стратегии. Объекты репутационных стратегий (руководство компании; сотрудники компании; продукция или услуги компании; достижения компании; финансовые показатели компании). Преимущества, недостатки, условия использования, особенности реализации репутационных стратегий.

## **Тема 6. Методы управления репутацией и ее изменения**

Разработка плана репутационных мероприятий. Инструменты репутационного менеджмента. Участие в премиях и конкурсах, в работе профессиональных сообществ, объединений, ассоциаций, в профессиональных мероприятиях, в рейтингах и пр. Мониторинг изменения репутационных характеристик в процессе реализации плана. Особенности управления репутацией первого лица. Коммуникационный аудит и диагностика. Разработка образа. Работа со СМИ. Продвижение в деловом сообществе. Продвижение в профессиональном сообществе. Продвижение в учреждении культуры. Имиджевые и репутационные компоненты программы управления репутацией руководителя.

Текущий контроль успеваемости реализуется в рамках занятий семинарского типа, лабораторного типа, групповых или индивидуальных консультаций.

### **4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся**

Самостоятельная работа, наряду с лекционным курсом и практическими занятиями, является неотъемлемой частью изучения курса. Приступая к изучению дисциплины, студенты должны ознакомиться с учебной программой, учебной, научной и методической литературой, имеющейся в библиотеке, получить в библиотеке рекомендованные учебники и учебно-методические пособия, завести тетради для конспектирования лекций и практических занятий.

В ходе самостоятельной работы изучить основную литературу, ознакомиться с дополнительной литературой, научные статьи и материалы социологических исследований. При этом учесть рекомендации преподавателя и требования учебной программы. Подготовить тезисы для выступлений по всем учебным вопросам, выносимым на семинар. Готовясь к докладу или реферативному сообщению, обращаться за методической помощью к преподавателю.

При подготовке к зачету повторять пройденный материал в строгом соответствии с учебной программой, примерным перечнем учебных вопросов, выносящихся на экзамен и содержащихся в данной программе. Использовать конспект лекций и литературу, рекомендованную преподавателем. Обратит особое внимание на темы учебных занятий, пропущен-

ных студентом по разным причинам. При необходимости обратиться за консультацией и методической помощью к преподавателю.

В процесс освоения дисциплины выделяют два вида самостоятельной работы:

- аудиторная;
- внеаудиторная.

Аудиторная самостоятельная работа по дисциплине выполняется на учебных занятиях под непосредственным руководством преподавателя и по его заданию.

Внеаудиторная самостоятельная работа выполняется студентом по заданию преподавателя, но без его непосредственного участия. Содержание внеаудиторной самостоятельной работы определяется в соответствии с рекомендуемыми видами заданий согласно рабочей программе учебной дисциплины.

Видами заданий для внеаудиторной самостоятельной работы являются:

- для овладения знаниями: чтение текста (учебника, дополнительной литературы), составление плана текста, конспектирование текста, выписки из текста, учебно-исследовательская работа, использование аудио- и видеозаписей, компьютерной техники и Интернета и др.;

- для закрепления и систематизации знаний: работа с конспектом лекции, обработка текста, повторная работа над учебным материалом, (составление плана, составление таблиц для систематизации учебного материала, ответ на контрольные вопросы, заполнение рабочей тетради, аналитическая обработка текста), подготовка мультимедиа сообщений/докладов к выступлению на семинаре, подготовка реферата, тестирование и др.;

- для формирования умений: решение практических ситуаций и заданий, подготовка к деловым играм, решение тестов и т.д.

Самостоятельная работа может осуществляться индивидуально или группами студентов в зависимости от цели, объема, конкретной тематики самостоятельной работы, уровня сложности, уровня умений студентов.

Контроль результатов внеаудиторной самостоятельной работы студентов может осуществляться в пределах времени, отведенного на обязательные учебные занятия по дисциплине и внеаудиторную самостоятельную работу студентов по дисциплине, может проходить в письменной, устной или смешанной форме.

Для реализации сквозных цифровых компетенций в процессе обучения используются следующие цифровые инструменты:

- видеозвонки и вебинары: Mind, Jazz, IVA MCU, Mail.ru видеозвонки, Pruffme, Яндекс. Телемост, VideoMost, TrueConf, Webinar Meeting;
- сервисы для командной работы: P7-офис, Dtrack, Kaiten, Тренинг Спэйс Митинг, EvaTeam, Cerebro, Weeek, Workzen, YouGile;
- платформы для создания курсов: Pruffme, Eduardo;
- конструкторы онлайн-опросов: Simpoll, Testograf, Oproso;
- онлайн-платформы: Openedu.ru, Coursera.org, Stepik.org, Lektorium.TV, Arzamas.academy, Postnauka.ru, 2035.university;
- тексты: docs.google.com;
- изображения: pixabay.comunsplash.comcanva.comcrello.comelearningart.comelearningchips.com;
- интерактивные видео: EdPuzzle.comArticulate.com;
- задания: Socrative.comLearningapps.comh5p.org;

- 3D-модели: turbosquid.com;
- иконки и векторная графика: freepik.comthenounproject.comwowpatterns.com;
- ленты времени: time.graphicsmyhistro.comgenial.ly.

Контрольные вопросы и задания для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины приведены в п. 5.2.

## 5. Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине (модулю),

включающий:

### 5.1. Описание шкал оценивания результатов обучения по дисциплине

Уровень сформированности компетенций (индикатора достижения компетенций)	Шкала оценивания сформированности компетенций						
	плохо	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	очень хорошо	отлично	превосходно
	не зачтено		зачтено				
<u>Знания</u>	Отсутствие знаний теоретического материала.  Невозможность оценить полноту знаний вследствие отказа обучающегося от ответа	Уровень знаний ниже минимальных требований. Имели место грубые ошибки.	Минимально допустимый уровень знаний. Допущено много негрубых ошибки.	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько негрубых ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько несущественных ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки, без ошибок.	Уровень знаний в объеме, превышающем программу подготовки.
<u>Умения</u>	Отсутствие минимальных умений . Невозможность оценить наличие умений вследствие отказа обучающегося от ответа	При решении стандартных задач не продемонстрированы основные умения.  Имели место грубые ошибки.	Продемонстрированы основные умения. Решены типовые задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания но не в полном объеме.	Продемонстрированы все основные умения. Решены все основные задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания, в полном объеме, но некоторые с недочетами.	Продемонстрированы все основные умения. Решены все основные задачи . Выполнены все задания, в полном объеме, но некоторые с недочетами.	Продемонстрированы все основные умения, решены все основные задачи с отдельными несущественным недочетами, выполнены все задания в полном объеме.	Продемонстрированы все основные умения,. Решены все основные задачи. Выполнены все задания, в полном объеме без недочетов
<u>Навыки</u>	Отсутствие владения материалом. Невозможность оценить наличие навыков	При решении стандартных задач не продемонстрированы базовые навыки.	Имеется минимальный набор навыков для решения стандартных за-	Продемонстрированы базовые навыки  при решении стандартных	Продемонстрированы базовые навыки  при решении стандартных	Продемонстрированы навыки  при решении нестандартных задач без	Продемонстрирован творческий подход к решению нестандарт-

	вследствие отказа обучающегося от ответа	Имели место грубые ошибки.	дач с некоторыми недочетами	задач с некоторыми недочетами	задач без ошибок и недочетов.	ошибок и недочетов.	ных задач
--	--	----------------------------	-----------------------------	-------------------------------	-------------------------------	---------------------	-----------

### Шкала оценки при промежуточной аттестации

Оценка		Уровень подготовки
	<b>превосходно</b>	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «превосходно», продемонстрированы знания, умения, владения по соответствующим компетенциям на уровне, выше предусмотренного программой
<b>зачтено</b>	<b>отлично</b>	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «отлично», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «отлично»
	<b>очень хорошо</b>	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «очень хорошо», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «очень хорошо»
	<b>хорошо</b>	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «хорошо», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «хорошо»
	<b>удовлетворительно</b>	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «удовлетворительно», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «удовлетворительно»
<b>не зачтено</b>	<b>неудовлетворительно</b>	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «неудовлетворительно», ни одна из компетенций не сформирована на уровне «плохо»
	<b>плохо</b>	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «плохо»

**Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов обучения.**

#### 5.2.1 Контрольные вопросы

Вопросы	Код формируемой компетенции
1. Сущность понятий имидж и деловая репутация компании, общее и различия.	ПК-3
2. Взаимосвязь корпоративного имиджа и деловой репутации компании.	ПК-3
3. Основные условия формирования имиджа. Теоретические основания имиджа.	ПК-3
4. Принципы имиджелогии.	ПК-3
5. Приоритетные функции имиджа (ценностные, технологические).	ПК-3
6. Коммуникационная модель формирования имиджа. Каналы передачи	ПК-3

информации.	
7. Формирование имиджа как субъект - субъектное взаимодействие.	ПК-3
8. Формирование имиджа как создание социальной реальности в сознании людей.	ПК-3
9. Общественное мнение, общественное сознание.	ПК-3
10. Когнитивные процессы в основе формирования имиджа.	ПК-3
11. Механизмы влияния в процессе формирования имиджа.	ПК-3
12. Понятие социально-психологического влияния. Убеждение. Внушение.	ПК-3
13. Самопродвижение, заражение, пробуждение импульса к подражанию, принуждение, деструктивная критика, игнорирование, манипуляция.	ПК-3
14. Технологии нейролингвистического программирования.	ПК-3
15. Направления использования формирования имиджа (оказание индивидуальных услуг, участие в рекламной деятельности, работа в системе связей с общественностью)	ПК-3
16. Характеристика этапов формирования имиджа: изучение объекта, оценка аудитории, коррекция характеристик объекта, символизация, позиционирование, презентация имиджа.	ПК-3
17. Выявление имиджевых качеств объекта.	ПК-3
18. Обеспечение постоянства имиджа.	ПК-3
19. Понятие и структура имиджа организации. Элементы структуры имиджа организации.	ПК-3
20. Разработка мероприятий по нейтрализации недостатков и усилению достоинств учреждения культуры с целью повышения привлекательности ее имиджа.	ПК-3
21. Роль имиджа организации в условиях современного рынка услуг.	ПК-3
22. Внешний и внутренний имидж	ПК-3
23. Связь внутреннего имиджа с корпоративной культурой	ПК-3
24. Роль внешних атрибутов образовательного учреждения: эмблема, девиз.	ПК-3
25. Критерии и показатели эффективности формирования имиджа.	ПК-3
26. Алгоритм совершенствования имиджа. Основные мероприятия по совершенствованию имиджа.	ПК-3
27. Особенности имиджа учреждения культуры.	ПК-3
28. Критерии эффективности корпоративного имиджа.	ПК-3
29. Инструментарий имиджологии в репутационном менеджменте.	ПК-3
30. Индивидуальный и корпоративный имидж.	ПК-3
31. Бизнес-имидж и политический имидж.	ПК-3
32. Структура индивидуального имиджа	ПК-3
33. Архетипические структуры имиджа.	ПК-3
34. Основополагающие имиджевые характеристики и дополнительные идентификаторы в структуре корпоративного имиджа	ПК-3
35. Использование в корпоративном позиционировании имиджа страны, отрасли, партнера по бизнесу.	ПК-3

36. Формирование репутации.	ПК-3
37. Финансовая устойчивость, рыночная устойчивость, перспективы, возможность реализации перспектив, информационный ресурс, административный ресурс как факторы формирования положительной репутации компании.	ПК-3
38. Определение конкурентных преимуществ и позиционирование организации как начальный этап управления репутацией. Направления позиционирования.	ПК-3
39. Определение репутационной стратегии. Объекты репутационных стратегий.	ПК-3
40. Преимущества, недостатки, условия использования, особенности реализации репутационных стратегий.	ПК-3
41. Разработка плана репутационных мероприятий.	ПК-3
42. Инструменты репутационного менеджмента.	ПК-3
43. Участие в премиях и конкурсах, в работе профессиональных сообществ, объединений, ассоциаций, в профессиональных мероприятиях, в рейтингах и пр.	ПК-3
44. Мониторинг изменения репутационных характеристик в процессе реализации плана.	ПК-3
45. Особенности управления репутацией первого лица.	ПК-3
46. Коммуникационный аудит и диагностика.	ПК-3
47. Разработка образа.	ПК-3
48. Работа со СМИ.	ПК-3
49. Продвижение в деловом сообществе.	ПК-3
50. Продвижение в профессиональном сообществе.	ПК-3
51. Продвижение в учреждении культуры.	ПК-3
52. Имиджевые и репутационные компоненты программы управления репутацией руководителя.	ПК-3

### 5.2.2. Типовые тестовые задания для оценки сформированности компетенции

#### ПК-3 «Способность осуществлять стратегическое управление предприятиями и организациями различных видов экономической деятельности»

1. Термины «имидж», «репутация», «идентичность», «организационная культура» являются...

- а) синонимами;
- б) четко взаимосвязанными понятиями;
- в) не являются взаимосвязанными между собой и изучаются различными науками;
- г) нет правильного ответа

### 5.2.3. Типовые задания для оценки сформированности компетенции

### **ПК-3 «Способность осуществлять стратегическое управление предприятиями и организациями различных видов экономической деятельности»**

#### **Задание 1**

Раскройте технологические этапы имиджа организации на конкретном примере (Характеристика этапов формирования имиджа: изучение объекта, оценка аудитории, коррекция характеристик объекта, символизация, позиционирование, презентация имиджа. Выявление имиджевых качеств объекта. Обеспечение постоянства имиджа. Использование методов активного социально-психологического обучения в формировании имиджа. Оптимизация общения с клиентом).

Проанализируйте цели, задачи, методы и предполагаемые результаты каждого этапа.

### **6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины**

а) основная литература:

1. Семенова Л. М. Имиджмейкинг : учебник и практикум / Л. М. Семенова. - Москва : Юрайт, 2023. - 141 с. - (Высшее образование). - ISBN 978-5-534-11004-3. - Текст : электронный // ЭБС "Юрайт".

<https://urait.ru/viewer/imidzhmeyking-517753#page/5>

б) дополнительная литература:

1. Гуревич П. С. Социология и психология рекламы в 2 т. Том 1 : учебное пособие / П. С. Гуревич. - 2-е изд. ; испр. и доп. - Москва : Юрайт, 2023. - 314 с. - (Высшее образование). - ISBN 978-5-534-09048-2. - Текст : электронный // ЭБС "Юрайт".

<https://urait.ru/viewer/sociologiya-i-psihologiya-reklamy-v-2-t-tom-1-517302>

в) программное обеспечение и Интернет-ресурсы:

1. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU и др.

2. Административно-управленческий портал. - Режим доступа: <http://www.aup.ru/>

### **7. Материально-техническое обеспечение дисциплины**

Помещения представляют собой учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оборудованные учебной мебелью, мультимедийным оборудованием (проектор, экран).

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечены доступом к электронной информационно-образовательной среде.

Программа составлена в соответствии с требованиями ОС ННГУ 38.04.02 «Менеджмент».

Автор Дукантони Наталья Александровна, АНО «Центр проектного развития», директор