

Федеральное государственное образовательное бюджетное
учреждение
высшего профессионального образования
Санкт-Петербургский государственный институт культуры

Кафедра «Социально-культурной деятельности»

И.Ф.Симонова

Репутационный менеджмент

Самостоятельная работа студентов:

методические рекомендации
по организации самостоятельной работы студентов,
обучающихся по направлению подготовки «Менеджер
социально-культурной деятельности» (квалификация
(степень) «бакалавр»)

Санкт-Петербург
2016

Одобрено кафедрой «Социально-культурной деятельности»
02 октября 2016

Рецензенты:

Кандидат педагогических наук, доцент кафедры «Социально-культурной деятельности»

Галина Юрьевна Литвинцева.

Доктор педагогических наук, профессор кафедры «Социально-культурной деятельности»

Александр Александрович Сукало.

Самостоятельная работа студентов: методические рекомендации.

Руководство к выполнению самостоятельной работы, отражают сущность основных видов и требования к организации самостоятельной работы студентов, обучающихся по направлению подготовки «Менеджер социально-культурной деятельности» (квалификация (степень) «бакалавр»), 2016. – 75 с.

Самостоятельная работа студентов: методические рекомендации.

Симонова И.Ф

2016

Содержание

Введение	5
Место учебной дисциплины в структуре ОП	6
Перечень дисциплин и практик	7
Перечень формируемых компетенций	9
Цели и задачи самостоятельной работы	14
Общие требования к выполнению работы	16
Контроль результатов самостоятельной работы	18
Содержание дисциплины	25
Виды и формы организации самостоятельной работы студентов	27
Содержание самостоятельной работы	31
Организация самостоятельной работы	33
Рекомендации по самостоятельному изучению отдельных тем курса	34
Рекомендации по работе с научной литературой и другими источниками информации	40
Рекомендации по подготовке к семинарским занятиям	42
Рекомендации по подготовке выступления (доклада)	52
Рекомендации по выполнению практической работы	53
Рекомендации по выполнению творческого задания	54
Рекомендации по подготовке презентации	55
Рекомендации по подготовке к тестированию	57
Рекомендации по подготовке к решению ситуационных задач	58
Рекомендации по участию в электронном опросе	59
Рекомендации по подготовке контрольной работы	60
Рекомендации по подготовке к экзамену	63
Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины	69

Целями изучения дисциплины «Репутационный менеджмент» являются освоение основных навыков и умений управления репутацией и имиджем объектов, действующих в сфере культуры, досуга.

Основными задачами дисциплины являются овладение теоретико-терминологическим аппаратом репутационного менеджмента, современными методами анализа, технологиями построения репутации и имиджа, навыками разработки моделей имиджа, программ и проектов.

В результате изучения дисциплины студент должен:

- знать основные методы и средства построения репутации и имиджа и методы управления репутацией и имиджем;
- владеть расширенным спектром технологий построения репутации и имиджа, включая социально-культурные, социально-педагогические, современным инструментарием проведения консультационной работы по вопросам исследований, планирования и организации репутационного менеджмента.
- уметь осуществлять контроль, оценку эффективности репутационного менеджмента, отдельных мероприятий репутационной стратегии.

Центральным элементом программы является разработка и презентация индивидуального проекта создания (или коррекции) имиджа.

Цель представленных методических рекомендаций состоит в том, чтобы оказать помощь студентам в организации самостоятельной работы при изучении дисциплины «Репутационный менеджмент» в ходе подготовки к лекционным, семинарским занятиям, итоговым испытаниям.

Пособие построено таким образом, чтобы в процессе изучения дисциплины «Репутационный менеджмент» студенты усвоили необходимые знания, овладели комплексом профессиональных умений: исследовательских, диагностических, проектных, а также рациональными методами самостоятельной работы.

Методические рекомендации разработаны в соответствии с действующей программой профессиональной подготовки, современных научных исследований в сфере управления репутацией и имиджем.

Место учебной дисциплины в структуре ОП

Учебная дисциплина «Репутационный менеджмент» входит в состав вариативной части профессионального цикла основной образовательной программы бакалавриата (БЗ.В.ДВ.1) по направлению подготовки «Менеджмент СКД». Она непосредственно связана с дисциплинами специальной подготовки бакалавров и опирается на освоенные при изучении данных дисциплин знания и умения. В содержательном, методическом, технологическом плане программа связана со всеми дисциплинами социально-гуманитарного и философско-культурологического цикла и специальных дисциплин.

Особенности программы связаны с его междисциплинарным, интегративным характером технологии построения репутации и имиджа, которая обеспечивается включением материала и методов различных гуманитарных наук

Перечень дисциплин и практик, освоение которых необходимо для изучения данной дисциплины

Пререквизитами данной дисциплины являются «Теория коммуникации», «Основы психологии», «Основы менеджмента», «Конфликтология», «Теория и практика связей с общественностью», «Информационные технологии в социально-культурной сфере», «Основы культурной политики», «Методология и методика научного исследования» и др.

Предпосылкой успешного овладения дисциплиной является освоение следующих разделов указанных дисциплин:

«*Основы экономики*» в части формирования умения определять экономическую ценность нематериальных объектов, нематериального капитала.

«*Теория коммуникации*» – в части формирования навыков межличностной, групповой коммуникации, владения различными формам коммуникации (дискуссии, беседы, совещания, заседания, переговоры, брифинги, пресс-конференции, презентации, разговоры, деловую переписку и др.), а также навыков стратегического решения коммуникативных задач.

«*Основы психологии*» – в части формирования знаний и представлений об основных психологических конструктах: представлении, восприятии, а также основных социально-психологических феноменах.

«*Основы менеджмента*» – в части формирования навыков планирования конкретных организационно-

управленческих действий и управления организационными процессами.

«Конфликтология» – в части формирования умения учитывать конфликтные факторы в процессе построения (управления) репутации и имиджа, в части профессиональной этики.

«Теория и практика связей с общественностью» – в части формирования навыков и умений использовать средства и современные гуманитарные технологии публик рилейшнз в конкретных условиях, в процессе построения репутации, имиджа.

«Информационные технологии» – в части формирования навыков применения современных информационных технологий.

«Основы культурной политики» в части знания нормативно-правовых документов, определяющие функционирование сферы культуры в РФ, целей государства в осуществлении культурной политики для организации деятельности, направленной на построение репутации, имиджа.

«Методология и методика научного исследования» социально-культурной деятельности в части формирования навыков организации исследований, аналитической работы с научной литературой, анализа дискуссионных научных точек зрения, аргументации собственных взглядов.

Междисциплинарные связи с последующими дисциплинами

Постреквизитами данной дисциплины являются дисциплин профессионального цикла. Знания, полученные при изучении дисциплины «Репутационный менеджмент» используются в дальнейшем при их изучении.

Перечень формируемых компетенций в процессе выполнения практических работ.

ОК -1. Владеть культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения.

ОК – 9. Использовать основные положения и методы социальных, гуманитарных и экономических наук при решении социальных и профессиональных задач, быть способным анализировать социально значимые проблемы и процессы.

ОК-12. Владеть основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации.

ОК-14. Владеть одним из иностранных языков на уровне разговорного

ПК-2. Использовать технологии социально-культурной деятельности (средства, формы, методы и т.д.) для проведения информационно-просветительной работы, организации досуга населения.

ПК-20. Осуществлять прикладные научные исследования социально-культурной деятельности с учетом основных тенденций социального, культурного и

духовного развития общества, делать на этой основе продуктивные прогнозы и принимать правильные управленческие решения

ПК-23 Участие в апробации и внедрении новых технологий социально-культурной деятельности.

ПК-29. Оказание консультативной помощи специалистам социально-культурной сферы.

Знания, практические умения, опыт деятельности, которые должен получить и уметь продемонстрировать обучающийся.

ОК-1. Демонстрировать знания и понимание современных концепций, основных понятий, сущности и структуры репутации и имиджа и быть способен самостоятельно выявлять и анализировать важнейшие факторы формирования репутации и имиджа, способность анализировать информацию, ориентироваться в понятийном аппарате, сопоставлять понятия, точки зрения, научные подходы, активно высказывать собственную точку зрения.

ОК-9. Демонстрировать знания методов гуманитарных, социальных и экономических наук при решении задач, связанных с анализом, оценкой, составлением программ построения репутации, разработкой проектов построения имиджа и обоснованно применять междисциплинарный подход в соответствующих процессах. Применять на практике положения, методы социальных, гуманитарных и экономических наук при решении задач, связанных с анализом, оценкой,

составлением программ построения репутации и разработкой проектов построения имиджа.

ОК-12. Демонстрировать сформированные знания технических и программных средств подготовки презентаций, текстовых документов и электронных таблиц, основные методы и средства обработки, хранения, передачи и накопления информации, необходимые для выполнения оценки, разработки программ и проектов построения репутации и имиджа, умение использовать современное программное обеспечение, технологии поиска, работать с различными источниками информации, оценивать качество информации и структурировать её.

ОК- 14. Демонстрировать знание иностранного языка для чтения, навыки перевода, анализа, реферирования, аннотирования переведенных текстов с целью адаптации и использования зарубежного опыта в процессе разработки программы построения репутации и проектирования имиджа.

ПК-2. Демонстрировать знания, навыки и умения, позволяющие использовать средства, формы, методы социально-культурной деятельности для реализации имиджевых проектов (в процессе информационных, просветительских, досуговых мероприятий).

ПК-20. Демонстрировать знания в области прикладных научных исследований социально-культурной деятельности, исследовательских методов комплексного анализа социально-культурных явлений и процессов с целью составления прогноза общественного мнения и разработки мер по построению репутации, имиджа,

обосновывать цели, задачи, этапы исследования, выбирать адекватные специальные и комплексные методики оценки репутации и имиджа, анализировать перспективные требования к имиджу субъекта функционирующего в сфере культуры и досуга.

ПК-23. Демонстрировать знание и способность применять новые технологии социально-культурной деятельности, потенциально способных обеспечить процесс построения репутации и имиджа объекта/субъекта, функционирующего в сфере культуры и досуга.

ПК-29. Демонстрировать знания и готовность для выработки обоснованных рекомендаций, оказания консультаций в сфере репутационного менеджмента субъекта/объекта, функционирующего в сфере культуры и досуга.

Средства и технологии оценки сформированности компетенций:

- ОК - 1. Тестовые задания, беседа.
- ОК – 9. Ситуационные задания (кейсы), семинарские занятия, творческое задание.
- ОК-12. Проекты, программы, контрольные задания.
- ОК-14. Контрольная работа (письменный перевод анализ, научной статьи по теме и составление резюме.
- ПК-2. Творческое задание. Разработка Программы построения репутации/Проекта создания имиджа субъекта/объекта, действующего в социально-культурной сфере.

- ПК-20. Решение ситуационных задач (кейсы).
Разработка Программы построения репутации/Проекта создания имиджа субъекта/объекта, действующего в социально-культурной сфере.
- ПК-23. Решение ситуационных задач (кейсы).
Разработка Программы построения репутации/Проекта создания имиджа субъекта/объекта, действующего в социально-культурной сфере.
- ПК-29. Решение ситуационных задач (кейсы).
Разработка Программы построения репутации/Проекта создания имиджа субъекта/объекта, действующего в социально-культурной сфере.



Цели и задачи самостоятельной работы студентов.

Основная задача высшего образования в сфере культуры заключается в формировании активной, самостоятельной, творческой личности специалиста, способного к решению нестандартных проблем, саморазвитию, самообразованию. Эти качества формируются, прежде всего, в процессе самостоятельной работы.

Самостоятельная работа обладает большим потенциалом, поскольку в ее ходе происходит усвоение и расширение знаний, формирование умения работать с различными видами информации, развитие аналитических способностей, навыков контроля и планирования времени.

Цель самостоятельной работы – закрепление и углубление знаний, формирование навыков организации и планирования процесса профессионального развития соответствии с имеющимся потенциалом и целями, стремления к непрерывному самообразованию, саморазвитию.

Навыки самостоятельной работы являются необходимой предпосылкой для качественного усвоения учебного материала и получения глубоких и твердых знаний, умений и навыков, необходимых в будущей профессиональной деятельности.

Основной принцип организации самостоятельной работы студентов - комплексный подход, направленный на формирование соответствующих навыков в процессе аудиторной и внеаудиторной работы. Расширение объема самостоятельной работы студентов является одним из важнейших направлений улучшения профессиональной подготовки в высшем учебном заведении. В Федеральных государственных образовательных стандартах высшего

профессионального образования на внеаудиторную работу отводится не менее половины всего бюджета времени. Кроме того, аудиторные занятия так же включает самостоятельную работу.

Основные критерии качества организации самостоятельной работы студентов: наличие организационных и технических условий выполнения заданий и контроль результатов самостоятельной работы.

Задания, предлагаемые студентам для самостоятельной работы, носят проблемный, междисциплинарный характер.

Разнообразие и вариативность заданий создают условия для следования по выбранному образовательному маршруту, в том числе, ориентированному на получение знаний, на научную деятельность, на повышение образовательного и/или профессионального уровня.

Значительный объем заданий, предлагаемых для самостоятельной работы в рамках дисциплины

«Репутационный менеджмент» - это возможность пройти интересный, увлекательный путь приобретения новых компетенций.



Общие требования к выполнению самостоятельной работы.

Для успешного освоения дисциплины студентам необходимо ознакомиться с содержанием рабочей программы дисциплины, с целями и задачами дисциплины, ее связями с другими дисциплинами основной образовательной программы, методическими разработками по данной дисциплине, имеющимся на образовательном портале, в библиотеке вуза, на сайте преподавателя.

Успех в процессе выполнения самостоятельной работы во многом зависит от того, насколько эта работа связана с целями формирования компетенций, а также от:

- вариативности и дифференциации заданий;
- учета индивидуальных возможностей, профессиональных интересов и целей студентов;
- обеспечения организационных условий (научно-методическое обеспечение, алгоритмы и образцы выполнения работ, нормативные требования и т. д.);
- обеспечение технических возможностей выполнения работы (электронные он-лайн консультации по вопросам, возникающим в ходе выполнения самостоятельной работы, опросы, тесты).

Успех в процессе выполнения самостоятельной работы также зависит от того, насколько эффективно студент использует время, отведенное на этот вид деятельности.

Для обеспечения систематической и регулярной работы по изучению дисциплины «Репутационный менеджмент» и успешного прохождения промежуточных и итоговых контрольных испытаний студенту рекомендуется придерживаться следующего порядка обучения:

- Самостоятельно определить объем времени, необходимого для проработки каждой темы.

- Регулярно изучать каждую тему дисциплины, используя различные формы индивидуальной работы.

- Согласовывать с преподавателем кафедры «Социально-культурной деятельности» виды работы по изучению дисциплины.

- По завершении отдельных тем передавать выполненные работы (эссе) преподавателю в электронном виде.

Учитывая особенности распределения материала дисциплины, рекомендуется следующая методическая последовательность освоения материала:

- освоение основных концепций, понятий;

- знакомство с отечественным и зарубежным опытом изучения и построения репутации и имиджа;

- выполнение контрольной работы (перевод статьи и составление резюме, выполнение творческого эссе и проектной работы).

Сценарий изучения дисциплины «Репутационный менеджмент» строится на основе учета нескольких важных положений, в том числе:

- большом объеме дополнительных источников информации;

- широком круге научных концепций, точек зрения и мнений по различным аспектам содержания;

- большой объем материала, подлежащий самостоятельному освоению;

- ограниченное количество учебных часов, отведенное на изучение дисциплины.

В курсе «Репутационный менеджмент» предполагаются следующие формы самостоятельной работы студентов:

- Аудиторные: лекции, семинары, семинары в интерактивной форме (дискуссии, мультимедиа-презентации).

- Внеаудиторные: творческие задания, ситуативные задачи, написание эссе, подготовка проекта/программы, мультимедиа презентаций, подготовка к итоговой аттестации.

В курсе «Репутационный менеджмент» предполагаются разные уровни самостоятельной работы, в том числе, эвристические, логические, творческие, исследовательские.

Овладение приведенными рекомендациями по организации самостоятельной работы студентов и выполнение их на практике позволит более рационально использовать время и другие ресурсы и повысить эффективность и качество обучения.

Контроль результатов самостоятельной работы.

Контроль результатов самостоятельной работы студентов осуществляется, как в процессе учебных аудиторных занятий или в другое время (в том числе, дистанционно) в письменной, устной или смешанной форме.

Контроль результатов самостоятельной работы необходим так как помогает студенту экономить время и другие ресурсы, методически правильно осваивать теоретический материал, приобретать навыки решения практико-ориентированных задач.

В процессе самостоятельной работы используются такие виды контроля, как:

- корректирующий (в процессе индивидуальных консультаций, тестовых заданий);

- констатирующий (в процессе изучения дисциплины, выполнения промежуточных заданий по результатам освоения тем, разделов);
- самоконтроль (на основании составленных вопросов для самоконтроля);
- итоговый (на основании выполненного проекта/программы и их презентации).

Формы текущего контроля успеваемости

- контрольная работа;
- тестирование;
- выполнение творческих заданий (эссе, модель имиджа);
- решение ситуационных задач;
- выступление на семинарских занятиях (доклады, участие в дискуссиях);

проект/программа, презентация.

При успешном прохождении рубежных контрольных испытаний студент может претендовать на сокращение программы промежуточной (итоговой) аттестации по дисциплине.



Основная особенность программы заключается в том, что доля самостоятельной работы студентов составляет почти 70% .

В процессе реализации программы используется бально-рейтинговая система.

Основной целью бально-рейтинговой системы является определение уровня качества и успешности освоения студентом учебной дисциплины «Репутационный менеджмент» через бальные оценки и рейтинги с измеряемой в зачетных единицах трудоемкостью каждой дисциплины и образовательной программы в целом.

Что дает бально-рейтинговая система?

Бально-рейтинговая система позволяет преподавателю:

- увеличить долю самостоятельной работы студентов;
- повысить мотивацию студентов к активной и систематической учебной работе в течение всего семестра по усвоению знаний и умений в рамках дисциплины;
- планировать учебный процесс и самостоятельную работу студентов;
- устанавливать единые требования к оценке знаний, навыков и умений;
- осуществлять эффективный и справедливый контроль за успеваемостью;
- получать дифференцированную информацию о качестве освоения учебной дисциплины.

- своевременно вносить коррективы в организацию учебного процесса по результатам текущего рейтингового контроля;
- объективно определять итоговую оценку по дисциплине с учетом систематической работы;
- обеспечить градацию оценки уровня знаний по сравнению с традиционной системой
- своевременно реагировать на проблемы, возникающие в процессе освоения учебной дисциплины и решать их;

Бально-рейтинговая система позволяет студенту:

- понимать систему формирования оценок по дисциплине и принципы получения итоговых оценок;
- знать свою текущую рейтинговую оценку по дисциплине и ее изменение в процессе изучения;
- осуществлять самостоятельный контроль за своей успеваемостью, оценивать состояние своей работы по изучению дисциплины в процессе освоения до экзаменационной сессии;
- планировать систематическую работу по выполнению учебного плана и самостоятельно управлять траекторией освоения дисциплины;
- вносить коррективы в процесс организации самостоятельной работы.

Составляющие оценки.

Общий балл текущей успеваемости складывается из следующих составляющих:

По теме 1.1.

- Выполнение контрольной работы (перевод иностранного источника) - 5 баллов.

По теме 1.2.

- Решение ситуационной задачи – 5 баллов.
- Тестирование – 5 баллов.

По теме 1.3.

- Решение ситуационной задачи – 5 баллов.
- Семинар с элементами дискуссии – 5 баллов.

По теме 1.4.

- Решение ситуационной задачи – 5 баллов.
- Выполнение творческого задания (написание эссе) – 5 баллов.

По теме 1.5.

- Тестирование (промежуточная аттестация) – 10 баллов.

По теме 2.1.

- Семинар с элементами дискуссии – 5 баллов.

По теме 2.2.

- Семинар с элементами дискуссии – 5 баллов.

По теме 2.3.

Семинар с элементами дискуссии – 5 баллов.

По теме 2.4.

- Выполнение творческого задания (моделирование) – 5 баллов.
- Решение ситуационной задачи – 5 баллов.

По теме 2.5.

- Выполнение проекта (согласно индивидуальному плану, по выбору см. Методическое пособие по выполнению самостоятельной работы)

10 баллов

- Презентация проекта 10 баллов.

Ответы на вопросы итоговой аттестации – 10 баллов.

Всего: 100 баллов.

Перевод балльных оценок в академические отметки по экзаменационным дисциплинам производится по следующей шкале:

- «отлично» - от 85 до 100 баллов общего рейтинга — теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество их выполнения оценено числом баллов, близким к максимальному.

- «хорошо» - 74–84 балла - теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов, некоторые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы недостаточно, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество выполнения ни одного из них не оценено минимальным числом баллов, некоторые виды заданий выполнены с ошибками.

- «удовлетворительно» - 60–73 балла - теоретическое содержание курса освоено частично, но пробелы не носят существенного характера,

необходимые практические навыки работы с освоенным материалом в основном сформированы, большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий выполнено, некоторые из выполненных заданий, возможно, содержат ошибки.

- «неудовлетворительно» - менее 59 баллов - теоретическое содержание курса не освоено, большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий не выполнено.

Студент, получивший от 59 до 30 баллов допускается к экзамену.

Студент, получивший менее 30 баллов к экзамену не допускается.

Содержание дисциплины

Раздел 1. Современные концепции репутационного менеджмента.

Тема 1.1.

Введение. Актуальность проблемы управления репутацией и имиджем. Предмет, объект изучения, цель и задачи, структура курса. Концептуальные (социальные, экономические) основы репутационного менеджмента. Современные подходы к изучению репутации и имиджа. Анализ и обобщение зарубежного опыта построения репутации и имиджа.

Тема 1.2.

Определение понятий: «репутация», «имидж», «образ», «мнение», «общественное мнение». Разграничение основных понятий. Природа, сущность, структура репутации и имиджа. Функции репутации и имиджа. Понятия «хорошая» и «плохая» репутации. Понятия «благоприятный», «позитивный», привлекательный» имидж.

Тема 1.3.

Репутация и имидж в системе современных ценностей. Имидж и социальная ответственность. Практическая ценность хорошей репутации и благоприятного (привлекательного, позитивного) имиджа. Понятия «нематериальный ресурс», «символический капитал», «репутационный капитал», «имиджевый капитал». Имидж и корпоративная культура организации: взаимообусловленность и взаимовлияние.

Тема 1.4.

Объекты репутации и имиджа. Субъекты репутации и имиджа. Репутация организации, репутация персональная. Классификация имиджей по объекту: понятие корпоративный и персональный имидж. Имидж территории, региона. Значение репутации и имиджа территорий. Социально-

культурные факторы формирования имиджа. Имидж учреждения. Имидж персональный. Имидж профессиональный. Особенности формирования имиджа учреждений, функционирующих в сфере культуры и досуга в России и в других странах. Фактор моды в процессе формирования имиджа.

Тема 1.5.

Общественность как объект формирования репутации и имиджа. Понятия «общественность», «референтные группы», «аудитория». Информационная основа репутации. Понятие имиджеформирующая информация; виды, каналы трансляции. Понятие «аудитория имиджа». Основные характеристики и особенности целевых аудиторий имиджа учреждений культурно-досуговой сферы.

Основные стратегии сохранения репутации и благоприятного имиджа.

Раздел 2. Технологии репутационного менеджмента

Тема 2. 1.

Стратегические задачи построения репутации. Этапы построения репутации. Этапы построения имиджа. Постановка цели формирования имиджа.

Тема 2. 2.

Технология анализа и оценки репутации и имиджа. Основные методы. Определение комплекса количественных и качественных критериев оценивания (показателей системы управления имиджем) и шкал. Проблема субъективности оценки.

Тема 2. 3.

Стратификация и сегментация аудитории. Критерии стратификации: демографический, социальный.

Тема 2. 4.

Моделирование как часть технологии формирования имиджа. Виды моделей. Методы и средства построения имиджа. Программа построения репутации. Проект формирования имиджа. Выбор технологий. Потенциал социально-культурных, социально-педагогических коммуникационных, цифровых технологий.

Тема 2. 5.

Проект формирования имиджа. Презентация авторского проекта, обсуждение с элементами дискуссии.

Виды и формы организации самостоятельной работы студентов

Самостоятельная работа – это все виды планируемой деятельности студентов, которые осуществляются без непосредственного контроля и руководства со стороны преподавателя кафедры «Социально-культурной деятельности».

Самостоятельная работа выполняется по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия, может осуществляться в учебной аудитории, так и вне ее.

Существуют различные виды индивидуальной самостоятельной работы студентов, в том числе, подготовка к лекциям и работа на лекциях, подготовка к семинарам, практическим работам, аттестациям, выполнение рефератов, контрольных заданий, проектов.

Самостоятельная работа может быть индивидуальной и групповой. Групповая работа усиливает фактор мотивации и взаимной интеллектуальной активности, повышает

эффективность познавательной деятельности студентов благодаря взаимному контролю.

Программой дисциплины «Репутационный менеджмент» предусмотрено чтение лекций и проведение семинарских занятий. Лекционные занятия посвящены изучению теоретического материала. На практических занятиях под руководством преподавателя, разбираются ситуационные задачи (кейсы), проводятся опросы, тестирования.

Самостоятельная работа в рамках изучаемой дисциплины заключается в:

- подготовке к практическим занятиям путем изучения теоретического материала по темам курса с использованием материалов лекций и рекомендуемой литературы;
- подготовке презентаций и творческих заданий;
- выполнение практических ситуационных заданий (кейсы);
- выполнение контрольной работы (перевод и анализ статьи);
- работа над проектом и подготовка презентации проекта;
- подготовка к итоговой аттестации (зачет).

В процессе освоения данной учебной дисциплины используются следующие образовательные технологии и методы. В процессе освоения данной учебной дисциплины используются следующие образовательные технологии и методы:

Лекционные занятия.

Основные методы:

- Лекция визуализация с использованием средств наглядности: презентаций, подготовленных в среде MS PowerPoint, репродукций, фотографий, раскрывающих тему, или отдельные понятия.
- Проблемная монологическая лекция. Для проблемного изложения отбираются темы наиболее важные и (или) наиболее сложные для усвоения.
- Диалогическая проблемная лекция с использованием информационных вопросов (с целью включения в понимание, решение обозначенной проблемы уже имеющих у слушателей знаний в области истории, социологии психологии и социального практического и профессионального знания) и проблемных вопросов (с целью указания на проблему, область поиска будущих знаний, способов действий и т.д.).
- Лекция технологическая (установочная) с целью уяснения технологического алгоритма практической реализации отдельных разделов проекта и т.д.)

Семинарские занятия.

- Семинарские занятия с элементами дискуссий в форме докладов и презентаций, подготовленных в среде MS PowerPoint.

Тестирование, опросы.

- Электронные опросы.
- Письменный опрос: водный контроль знаний.
- Тестирование: промежуточный контроль знаний.

Творческие задания

- Творческое эссе.
- Презентации.

Ситуационные задачи (метод кейсов)

- Метод кейсов и анализа различных типов ситуаций: ситуация - проблема (описание реальной проблемной ситуации, решение которой необходимо найти, или сделать вывод о его отсутствии); ситуация - оценка (описание положения, выход из которого уже найден, необходимо критически проанализировать принятое решение).

Моделирование

- Разработка модели построения имиджа (структурно-функциональной)

Проектная деятельность.

Основные методы:

- Метод проектов (проект построения имиджа по выбору: имиджа территории, региона, учреждения, персоны)
- Метод организованных стратегий включая стратегии поиска идеи, функционально-целевого анализа, использования информации, принятия решений и т.д.
- Метод виртуальной консультации при помощи интернета. Основная цель: дистанционное индивидуальное консультационное сопровождение в процессе работы над проектом.

Презентация (итоговая)

- Презентация - представление результатов проектной работы и публичное обсуждение, дискуссия.

Содержание самостоятельной работы по дисциплине

Тема 1.1.

Работа с конспектами лекций и материалами, размещенными на сайте преподавателя.

Изучение и анализ рекомендованной литературы по теме.

Самостоятельное изучение отдельных разделов темы.

Выбор, чтение и перевод статьи по теме (язык любой, статья не должна быть ранее переведена на русский язык).

По итогам изучения темы выполняется контрольная работа: перевод статьи и составляется резюме к ней.

Тема 1.2.

Работа с конспектами лекций, материалами, размещенными на сайте преподавателя.

Изучение и анализ рекомендованной литературы по теме.

Самостоятельное изучение отдельных разделов темы.

По итогам изучения темы решаются ситуационные задачи (кейсы) и проводится тестирование.

Тема 1.3.

Работа с конспектами лекций, материалами, размещенными на сайте преподавателя.

Изучение и анализ рекомендованной литературы по теме.

Самостоятельное изучение отдельных разделов темы.

По итогам изучения темы решаются ситуационные задачи (кейсы). По теме проводится семинарское занятие.

Тема 1.4.

Работа с конспектами лекций, материалами, размещенными на сайте преподавателя.

Изучение и анализ рекомендованной литературы по теме.

Самостоятельное изучение отдельных разделов темы.

По итогам изучения темы решаются ситуационные задачи (кейсы) и выполняется творческое задание (написание эссе).

Тема 1.5. Работа с конспектами лекций, материалами, размещенными на сайте преподавателя.

Изучение и анализ рекомендованной литературы по теме.

Самостоятельное изучение отдельных разделов темы и подготовка к промежуточной аттестации.

Тема 2.1.

Работа с конспектами лекций, материалами, размещенными на сайте преподавателя.

Изучение и анализ рекомендованной литературы по теме.

Самостоятельное изучение отдельных разделов темы.

По итогам изучения темы решаются ситуационные задачи (кейсы).

Тема 2.2.

Работа с конспектами лекций, материалами, размещенными на сайте преподавателя.

Изучение и анализ рекомендованной литературы по теме.

Самостоятельное изучение отдельных разделов темы.

По итогам изучения темы решаются ситуационные задачи (кейсы) и проводится семинарское занятие.

Тема 2.3.

Работа с конспектами лекций, материалами, размещенными на сайте преподавателя.

Изучение и анализ рекомендованной литературы по теме.

Самостоятельное изучение отдельных разделов темы.

По итогам изучения темы решаются ситуационные задачи (кейсы) и проводится семинарское занятие.

Тема 2.4.

Работа с конспектами лекций, материалами, размещенными на сайте преподавателя.

Изучение и анализ рекомендованной литературы по теме.

Самостоятельное изучение отдельных разделов темы.

По итогам изучения темы решаются ситуационные задачи (кейсы), выполняется творческое задание (моделирование) и проводится семинарское занятие.

Тема 2.5.

Работа с конспектами лекций, материалами, размещенными на сайте преподавателя.

Выполняется итоговая работа (Программа построения репутации или Проект построения имиджа) и презентация.

Организация самостоятельной работы.

Самостоятельная работа студентов является важной формой образовательного процесса. Она реализуется непосредственно в процессе аудиторных занятий, в контакте с преподавателем вне рамок расписания, а также в библиотеке, дома, при выполнении учебных и творческих заданий.

Цель самостоятельной работы - научиться самостоятельно работать с учебным материалом, научной информацией, самостоятельно организовывать свое время.

Организация самостоятельной работы должна представлять единство четырех взаимосвязанных форм:

- внеаудиторная самостоятельная работа;
- аудиторная самостоятельная работа, которая осуществляется под непосредственным руководством преподавателя кафедры «Социально-культурной деятельности»;
- творческая, в том числе, научно-исследовательская работа;
- проектная работа.

Самостоятельная работа должна соответствовать графику прохождения программы дисциплины.

План самостоятельной работы составляется письменно на весь семестр с указанием вида самостоятельной работы, формы предоставления и сроков выполнения. План самостоятельной работы, обеспечивает выполнение заданий в срок, эффективность организации самостоятельной работы. В начале освоения дисциплины план детализируется преподавателем в зависимости от актуальных требований в части сроков, формы представления, конкретизации тематики и специфики выполнения заданий.

Исходными данными для планирования являются:

- психофизические возможности;
 - анализ учебных и тематических планов и программ;
- расписание занятий;
- графики выполнения обязательных заданий (курсовых работ и проектов,
 - характер и трудоемкость изучаемых дисциплин, - данные по фактическим затратам времени на выполнение различных видов учебных заданий.

Планирование целесообразно осуществлять на семестр, месяц, неделю и предстоящий учебный день с последующим уточнением. Для отражения содержания планов целесообразно завести отдельную папку.

План самостоятельной работы на семестр должен содержать основные виды самостоятельной работы, такие как выполнение курсовых работ и проектов, написание рефератов, подготовка к зачетам и экзаменам, выполнение научно-исследовательской работы и др.

План самостоятельной работы на месяц составляется с учетом содержания плана на семестр и должен детализироваться более подробно (содержать все виды самостоятельной работы по дисциплинам с учетом расписания занятий на месяц).

План самостоятельной работы на неделю составляется на основании месячного плана и отражает подготовку к занятиям по конкретным дисциплинам на каждые сутки, а также выполнение других видов самостоятельной работы. План на неделю является основным планирующим документом обучаемого, который в отличие от других планов дает не только перспективу и общее направление в работе, а детализирует выполнение конкретной работы по дисциплинам на каждые сутки недели.

План самостоятельной работы на день должен содержать виды работ по изучению конкретных вопросов по определенным дисциплинам, очередности их отработки с указанием затрат времени и необходимой литературы.

При составлении планов самостоятельной работы и исходя из психофизиологического потенциала студента, рекомендуется придерживаться изложенных ниже положений:

1. Повторение, проработку лекционного материала необходимо планировать и осуществлять в тот же, или на следующий день после лекционного занятия.
2. Самостоятельную работу начинать с наиболее трудно усваиваемых дисциплин, тем и вопросов отдельных дисциплин.
3. Ежедневно планировать работу не более чем над двумя-тремя дисциплинами.
4. Подготовку к семинарским занятиям необходимо начинать за двое-трое суток до назначенной даты и планировать так, чтобы оставался некоторый резерв времени на необходимые консультации.
5. Выполнение заданий на практические работы целесообразно планировать на первую неделю после получения задания.

6. В начале семестра необходимо больше времени планировать на проработку теоретического материала.
7. Подготовку к зачету нужно планировать за три недели до начала сессии.

Самостоятельная работа – это управляемый процесс.

Принципы организации самостоятельной работы включают:

- обеспечение изучаемой дисциплины системой индивидуальных заданий с включением творческих элементов;
- сочетание контроля знаний с проверкой их применения в виде умений и навыков;
- методическое, информационное обеспечение необходимыми элементами учебно-материальной базы.

Самостоятельная работа по дисциплине «Репутационный менеджмент» включает:

- работу с литературой из основного списка, из дополнительного списка и другими источниками;
- подготовку устного выступления на семинаре, практическом занятии;
- подготовку к занятию в виде *виртуальной консультации* при помощи сети Интернет.
- подготовку контрольной работы (перевод и анализ неадаптированной статьи по теме) и написание творческого эссе;
- подготовку презентаций к выступлениям;
- работу с тестовыми заданиями;
- подготовка Программы построения репутации, или Проекта построения имиджа и презентации;
- подготовку к текущему, рубежному контролю и промежуточной аттестации по дисциплине;
- участие в интерактивных опросах на сайте преподавателя.

Самостоятельная работа предполагает самостоятельное изучение отдельных тем, дополнительную подготовку к каждому лекционному, семинарскому занятию.

Рекомендации по самостоятельному изучению отдельных тем курса.

На основании полученных знаний в процессе изучения предшествующих дисциплин самостоятельно изучаются отдельные вопросы, в том числе, в части:

Тема 1.3. Имидж и корпоративная культура организации: взаимообусловленность и взаимовлияние.

Тема 1.4. Особенности формирования имиджа учреждений культурно-досуговой сферы в России и в других странах.

Тема 1.5. Основные характеристики и особенности целевых аудиторий имиджа учреждений культурно-досуговой сферы.

Тема 2.3. Стратификация и сегментация аудитории. Критерии стратификации: демографический, социальный.

Тема 2.4. Потенциал социально-культурных, социально-педагогических технологий, коммуникационных, цифровых технологий.

Рекомендации по подготовке к лекционным занятиям.

Лекция – один из основных видов аудиторных занятий, представляющая собой систематичное, последовательное устное изложение преподавателем определенного раздела конкретной науки или учебной дисциплины.

Лекция – экономичный, эффективный и эмоционально наполненный способ передачи знаний. Слушание лекции предполагает активную мыслительную деятельность, главная задача которой – понять сущность рассматриваемой темы, уловить логику рассуждений преподавателя, составить собственное мнение об изучаемых явлениях и соотнести услышанное с тем, что уже изучено.

На лекциях дается общая характеристика рассматриваемого вопроса, освещаются различные научные концепции или научные позиции по теме. Определяется круг проблем, подлежащих самостоятельному изучению.

Нет необходимости подробно конспектировать содержание лекции. Важно отразить план занятия и его отдельные пункты. В том случае, если текст (тезисы) лекции размещены на персональном сайте – конспект вести не обязательно.

Перед каждой лекцией необходимо:

- просматривать рабочую программу дисциплины, что позволит сэкономить время на записывание темы лекции, ее основных вопросов, рекомендуемой литературы.
- обновить в памяти содержание предыдущей лекции по материалам конспекта.

При затруднениях в восприятии материала следует обратиться к основным источникам литературы по теме. В том случае,

если остаются вопросы, непонимание материала предыдущей лекции необходимо обратиться к преподавателю.

Рекомендации по работе на лекции.

Во время классического лекционного занятия рекомендуется составлять конспект, фиксирующий основные положения лекции и ключевые определения по пройденной теме. Все новые понятия по изучаемой теме необходимо записывать и вносить в глоссарий, который целесообразно вести с самого начала изучения курса. Глоссарий будет необходим в процессе выполнения итогового задания (Программы или Проекта).

Делать подробные записи изложенного в лекции материала необходимо в том случае, если других источников информации нет, о чем уведомляет преподаватель.

Целесообразно в процессе лекций и практических занятий выписать неясные вопросы, термины. Уточнение проблемных аспектов необходимо осуществить при помощи точно сформулированных вопросов преподавателю, научной и справочной литературы (словари, энциклопедические издания и т.д.), а также

Особенное внимание необходимо обратить на такие типы лекций, как установочная лекция, диалогическая проблемная лекция.

Во время лекций, которые предполагают дискуссию, студентам предоставляются текстовые и дополнительные материалы по теме, и рекомендуется не вести конспект. В конспекте лекции необходимо фиксировать все проблемы, сложности, на которых делает акцент преподаватель. В последствии именно эти аспекты станут предметом пристального внимания на семинарах и практических

занятиях. Диалогическая проблемная лекция предполагает, что преподаватель использует метод информационных вопросов (с целью включения в понимание, решение обозначенной проблемы уже имеющихся знаний в области истории, социологии психологии и социального практического и профессионального знания) и проблемных вопросов (с целью указания на проблему, область поиска будущих знаний, способов действий и т.д.). Диалогическая лекция предполагает активное участие студентов, вопросы и краткие суждения по теме.

Лекция технологическая (установочная, в начале раздела) предполагает обзор основных источников информации, уяснение технологического алгоритма практической реализации отдельных разделов курса, проекта и т.д.

Рекомендации по работе с научной литературой и другими источниками информации.

Самостоятельная работа (подготовка к семинарскому занятию, написание эссе, курсовой работы, доклада и т.п.) начинается с изучения соответствующей литературы и приобретение информации.

К каждой теме учебной дисциплины подобрана основная, дополнительная и рекомендованная литература.

Основная литература - это учебники и учебные пособия.

Дополнительная литература - это монографии, диссертационные исследования, сборники научных трудов.

Рекомендованная литература – это справочники, энциклопедии.

Отдельным разделом предоставлены иностранные (не переведенные на русский язык источники (монографии, статьи др.)

Отдельно предоставлены интернет ресурсы.

Важно помнить о том, что значительно расширить самый, на первый взгляд, полный список литературы способны пристатейные списки публикаций, отсылочные сайты в сети Интернет, а также дискуссионные и проблемные статьи в периодической печати, газетах, журналах. Эти источники, которые весьма расширяют и обогащают выбор литературы, нельзя игнорировать.

Выбранную для изучения монографию или статью целесообразно внимательно просмотреть, ознакомиться с содержанием, выбрать необходимый раздел (главу), которую следует читать особенно внимательно. В учебниках и учебных пособиях следует ознакомиться с оглавлением и научно-справочным аппаратом, прочитать аннотацию и предисловие.

Виды записей при работе с литературой выбираются самостоятельно. Это может быть конспект, цитата, тезисы, резюме, аннотация.

Конспект - краткая схематическая запись основного содержания научной работы. Целью является не переписывание материала, а выявление его логики, системы доказательств, основных выводов. Хороший конспект должен сочетать полноту изложения с краткостью.

Цитата - точное воспроизведение текста. Заключается в кавычки. Точно указывается страница источника.

Тезисы - концентрированное изложение основных положений прочитанного материала.

Аннотация - очень краткое изложение содержания прочитанной работы.

Резюме - наиболее общие выводы и положения работы, ее концептуальные итоги.

Сделанные записи способствуют пониманию и усвоению изучаемого материала, помогают вырабатывать навыки ясного изложения материала в письменной форме.

Рекомендации по подготовке к семинарским занятиям.

Семинар - лат. *seminarium* - «рассадник, посев знаний» - это активная форма обучения, которая способствует формированию умения размышлять, дискутировать, аргументировать свою точку зрения.

В процессе освоения дисциплины «Репутационный менеджмент», в связи со спецификой предмета, проводятся практические семинары, нацеленные на освоение, закрепление и расширение конкретных навыков, в том числе, генерирования идей, изучение собственных возможностей, раскрытие потенциала.

Подготовка к семинарскому занятию начинается с ознакомления с темой и планом занятия (который отражает содержание предложенной темы).

Примерные темы для семинарских занятий

Тема 1.1.

Адаптация зарубежного опыта построения имиджа учреждения культуры/досуга (после выполнения студентами КР)

Тема 1.3.

Имидж и репутация: на тернистом пути сближения.

Репутация и имидж в системе современных ценностей в условиях Российской Федерации.

Имидж и корпоративная культура учреждения: взаимообусловленность и взаимовлияние.

Тема 1.4.

Имидж персоны: саморазвитие или манипуляция.

Имидж территории: особенности формирования в условиях Российской Федерации (на примере одного региона)

Основной конфликт: имидж территории (поселения, города) и имидж учреждения культуры

Тема 1.5.

Формирование репутации: основные проблемы.

Принцип открытости учреждения культуры (досуга): репутационные риски.

Принцип открытости: проблемы репутационного менеджмента.

Защита в жестких условиях: спасение репутации.

Имидж руководителя: преодоление предела возможности влияния на имидж учреждения.

Публичность руководителя учреждения: ресурс управления имиджем и репутацией.

Тема 2.2.

Оценка репутации и имиджа: критерии и субъективность.

В рамках предложенной темы, студент может самостоятельно сформулировать тему выступления (доклада, сообщения, идею и т.д.) и подготовить презентацию. Приветствуются доклады (презентации), которые ставят проблему, но не дают ответа и не предлагают решение. Регламент доклада обычно не превышает 5-10 минут. Это связано с тем, что основное время отведено творческому поиску решения проблемы.

Структура семинара предполагает:

1. Доклад, выступление с презентациями, формулирующими одну из проблем (поиск и формулировка проблемы выполняется самостоятельно студентом). Регламент доклада, презентации - 5-10 минут.
Доклад и презентация могут быть организованы в электронном виде. В этом случае докладчик (или преподаватель) рассылает (не менее, чем за 5 рабочих дней) презентацию с формулировкой проблемы по электронной почте всем участникам. Это значительно экономит время в процессе семинарского занятия.
2. Обсуждение, дискуссия, беседа, включает выборочную проверку преподавателем теоретических знаний студентов. Регламент - 10-15 минут.
3. Регламент - 10-15 минут.
4. Выполнение практического задания, направленного на решение поставленной проблемы. Регламент - 10-15 минут.
5. Подведение итогов занятия.

К семинарскому занятию всем студентам необходимо сформировать проблему в рамках темы занятия, а также собственное мнение по её решению. В том случае, когда обсуждаемый аспект носит дискуссионный характер, следует

изучить существующие точки зрения, выбрать тот подход, который (субъективно, объективно – в зависимости от проблемы) представляется наиболее верным.

Для подготовки к семинарским занятиям необходимо:

- читать и анализировать рекомендованную преподавателем литературу в рамках темы семинарского занятия;
- обращаться к дополнительной литературе по теме, другим источникам информации;
- проработать план выступления (доклада), учитывая регламент, который должен быть установлен преподавателем заранее.

Результат подготовки к семинарскому занятию проявляется в выступлении с докладом, в активном участии в обсуждении вопросов темы занятия, в способности свободно ответить на вопросы и предложить обоснованное решение проблемы.

Студентам, пропустившим занятия (независимо от причин), не подготовившимся к данному занятию, рекомендуется не позже чем в 2-недельный срок предоставить тезисы выступления по теме и презентацию в объеме не более 2 000 знаков с пробелами, Times New Roman, 14 шрифт, интервал 1,5).

Студенты, не отчитавшиеся по каждой не проработанной ими на занятиях теме к началу зачетной сессии, утрачивают возможность получить положенные баллы за работу в соответствующем семестре.

Рекомендации по работе на семинарском занятии.

К семинарскому занятию необходимо подготовить письменный план выступления (доклада) даже в том случае, если студент не должен и не планирует делать доклад.

Во время занятий рекомендуется активно участвовать в обсуждении рассматриваемой темы, выступать с подготовленными заранее тезисами, докладами, идеями, представлять презентации и т.д.

Важнейший и обязательный элемент участия - аргументация собственной позиции, которая подлежит оценке.

В ходе занятия, по мере того, как становится понятно, что вопросы, вызвавшие затруднения при подготовке к семинару, не затрагиваются, рекомендуется задать преподавателю вопросы для прояснения отдельных аспектов темы.

В процессе работы на семинарском занятии необходимо ставить точно сформулированные вопросы и давать конкретные, четкие ответы и комментарии по существу вопросов.

Логика постановки вопросов и ответов – важнейшая черта образованного человека и элемент профессиональной культуры. Постановка вопроса и формулировка ответа – это форма диалога в общении между людьми.

Основные функции вопроса: коммуникативная, информационного поиска, познавательная.

Логическая структура вопроса:

- исходное знание (предпосылка);
- требование дополнить или уточнить эту информацию, перейти от исходного к искомому знанию.

Классификация вопросов.

По способу запроса неизвестного различают уточняющие и восполняющие вопросы:

- уточняющие вопросы (Что? Когда? Почему? Где? – закрытые вопросы, предполагают ограниченное количество ответов, уточняющих информацию);

- восполняющие вопросы (открытые вопросы, выражают требование дать новую информацию).

По правильности постановки вопросы делятся на корректные и некорректные:

- корректный вопрос (предпосылкой является истинное и непротиворечивое знание, вопрос соответствует требованиям логики: определенность, точность, непротиворечивость, обоснованность);

- некорректный вопрос основан на предпосылке ложного, неопределенного, противоречащего суждения).

Некорректные вопросы:

- бессмысленные вопросы (построенные грамматически или семантически неверно);
- непонятные вопросы (содержащие выражения и термины, смысл, значение которых не известны отвечающему);
- провокационные (улавливающие) вопросы (предпосылки вопроса являются ложными суждениями и спрашивающий знает об этом, но намеренно ставит оппонента в затруднительное положение);

По структуре вопросы подразделяются на простые и сложные:

- простые вопросы (не включают в качестве составных частей другие вопросы);
- сложные вопросы (образуется из простых с помощью логических союзов «и», «или», «если...», «то...»).

По отношению к познавательной цели вопросы могут быть подразделены на узловые и наводящие.

- узловые вопросы (правильный ответ на вопрос непосредственно ведет к достижению цели);
- наводящие вопросы (правильный ответ на вопрос подготавливает или приближает к пониманию узлового вопроса).

В зависимости от преобладания познавательной или коммуникативной функции различаются исследовательские и информационные вопросы:

- исследовательские вопросы (направлены на получение нового знания, в том числе, вопросы, на которые еще нет ответа);
- информационные вопросы (направлены на передачу информации, имеющихся сведений).

Основные правила постановки вопросов.

1. Вопросы следует ставить корректно, по содержанию и форме правильно формулировать.
2. Вопрос необходимо формулировать кратко и ясно.
3. Предпочтение нужно отдавать простым вопросам.
4. Сложный вопрос лучше разбить на несколько простых.

Рекомендации по формулировке вопросов.

Какие вопросы рекомендуется задавать?

Основные вопросы (запланированные, заранее записанные), а также или спонтанные, которые необходимы для уточнения ответов на основные вопросы.

1. Закрытые вопросы (вопрос, на который можно дать однозначный ответ («да», «нет», назвать точную дату, количество, имя, название, число и т.п.). Могут начинаться с фразы: «Вы утверждаете, что...», «Не будете ли Вы возражать, если...», «Вы не будете отрицать, что...».
2. Открытые вопросы (вопрос, на который трудно ответить кратко, он требует какого-то объяснения, мыслительной работы). Такие вопросы начинаются со слов «почему», «зачем», «каким образом», «каковы ваши предложения», «каким будет ваше решение по поводу» и т. п., а это предполагает развернутый ответ в свободной форме. Открытые вопросы задаются с целью получить дополнительные сведения или выяснить реальные мотивы и позицию собеседника, они дают ему возможность маневрирования и более обширного высказывания.
3. Переломные вопросы удерживают беседу в строго установленных рамках или же поднимают целый комплекс новых проблем. К тому же они обычно позволяют выявить уязвимые места в позиции партнера. Приведем примеры: «Как вы представляете себе перспективы развития вашего проекта?»; «Как вы считаете: нужно ли радикально изменять

систему управления репутацией / имиджем в рамках проекта?»

4. Вопросы для обдумывания вынуждают собеседника тщательно анализировать и комментировать то, что было сказано. Вопросы могут звучать так: «Какие меры Вы можете принять для...?»; «Правильно ли я понял Ваше предложение о том, что...?»; «Считаете ли вы, что проект не нуждается в построении репутации/имиджа?».

Какие вопросы не рекомендуется задавать?

1. Наводящие вопросы - вопросы, сформулированные так, чтобы подсказать собеседнику, ожидаемый от него ответ.

2. Альтернативный вопрос представляет собой нечто среднее: задается он в форме открытого вопроса, но при этом предлагается несколько заранее заготовленных вариантов ответа.

3. Риторические вопросы не требуют прямого ответа и задаются с целью вызвать у партнеров ту или иную реакцию: акцентировать их внимание, заручиться поддержкой со стороны участников деловой встречи, указать на нерешенные проблемы.

Ответ - это суждение, дающее информацию, запрашиваемую в вопросе.

Основными функциями ответа являются: снятие (уменьшение) неопределенности, заключенной в вопросе, указание на неправильную постановку вопроса.

Различают следующие виды ответов.

По содержанию ответы делятся на правильные и неправильные.

- правильные ответы (выраженное в ответе суждение истинно и логически связано с поставленным вопросом);

- неправильные ответы (нерелевантные суждения, неверно отражающие действительность, не по существу вопроса);

По области поиска ответы делятся на прямые и косвенные.

- прямые ответы (берется непосредственно из области поиска ответов, без дополнительных сведений и рассуждений);

- косвенные ответы (берется из более широкой области, нежели область поиска ответов).

По объему информации различают полные, неполные и избыточные ответы.

- полные ответы (дают всю необходимую информацию и целиком снимают неопределенность);

- неполные (дают только часть требуемой информации, или дополнительную информацию, неопределенность уменьшается).

По намерениям отвечающего различают позитивные и негативные ответы.

- позитивный ответ (выражает стремление разобраться, ответить на вопрос);

- негативный ответ (выражает прямой или косвенный отказ отвечать на вопрос).

Основные правила формулирования ответа.

Ответ должен быть ясным, однозначным и кратким. Он должен уменьшать неопределенность вопроса, быть информативнее его. При некорректной постановке вопроса ответ должен содержать и указание на эту некорректность. При ответе на сложный вопрос нужно четко понимать достаточно ли дать информацию на один из входящих в него вопросов, или необходимо ответить на каждый входящий в него вопрос отдельно.

Рекомендации по подготовке выступления (доклада).

Цель доклада - развитие навыков аналитической работы с научной литературой, анализа дискуссионных научных позиций, аргументации собственных взглядов. Подготовка докладов развивает творческий потенциал, формирует необходимые в будущей профессиональной деятельности умения и навыки.

До начала работы по написанию доклада необходимо уточнить, согласовать с преподавателем тему, структуру, список необходимых источников, а также обсудить ключевые вопросы, которые следует раскрыть в докладе.

Доклад предоставляется в письменном виде (тезисы выступления по теме в объеме не более 2-4 000 знаков с пробелами). Доклад оформляется только в печатном виде на стандартных листах формата А-4 на одной стороне листа, с соблюдением полей: 2 см слева, 1.5 см. справа, 2 см. сверху и 2 см. внизу. Шрифт Times New Roman, 14 пт; междустрочный интервал полуторный. Нумерация страниц сквозная в правом нижнем углу, включая список использованной литературы.

Результат подготовки к семинарскому занятию проявляется в выступлении с докладом, в активном участии в обсуждении вопросов темы занятия, в способности свободно ответить на вопросы и предложить обоснованное решение проблемы.

Результат работы над докладом проявляется в умении ориентироваться в информации, навыках обобщения материала, способности формулировать проблему, делать выводы, предлагать и аргументировать решения, отвечать на дополнительные вопросы, выступать с речью. Умение делать доклад выражается в поиске и систематизации информации, использование адекватных технических средств, точных и

лаконичных ответах на заданные вопросы, соблюдении установленного регламента.

Правильно выстроенная структура доклада обеспечивает значительную часть успеха выступления. Структура доклада включает обязательные элементы: название (тема), сообщение основной идеи, оценку предмета изложения, краткое изложение основных вопросов, основную часть, которая раскрывает суть темы и заключение (четкое обобщение и краткие выводы). Обязательные элементы письменного доклада: список литературы, глоссарий (использованных терминов и слов). Текст доклада может иметь приложения.

Успех доклада обеспечивает оригинальность подхода, качество речи и точность иллюстративного материала (диаграммы, графики, фотографии и другие изображения).

Рекомендации по выполнению практической работы.

Подробно изложены в методическом пособии по выполнению практических работ, размещенном на сайте преподавателя:

Раздел: Методические пособия.

<http://irinasimonova.ru/index.php/publications/blog-1>

Задание для практической работы по результатам изучения тем 1.3-2.2.

1.3. Репутация и имидж в системе современных ценностей

2.2. Методика оценки репутации и методика оценки имиджа.

Студенты должны выполнить оценку репутации или имиджа, предложенного преподавателем социально-культурного проекта (фестивальный, музыкальный, театральный и др.). Задание выполняется на основе доступной информации (беседы, опросы, источники в сети Интернет, средства массовой информации).

Для выполнения задания необходимо:

Уточнить (по конспектам, по методическому пособию и т.д.):

- значение и ценность имиджа и репутации;
- разницу между понятием «репутация» и понятием «имидж»;
- содержание понятий «репутация» и «имидж»;
- критерии оценки репутации и имиджа;
- методики оценки имиджа и репутации и различия между указанными методиками.

Для выполнения задания студент должен:

- получить информацию о социально-культурном проекте из открытых источников;
- оценить репутации (или имиджа) на основе выбранной методики;
- выполнить задание по плану «Методика оценки репутации проекта», или «Методика оценки имиджа проекта».

Рекомендации по выполнению творческого задания.

В рамках изучения темы 1.4 и 2.4. необходимо выполнить **творческое эссе** в соответствии с разработанными «Методическими рекомендациями по выполнению творческого задания (написанию эссе)» - Электронное, в сети. Сайт преподавателя: www.irinasimonova.ru

Темы для творческих заданий (эссе)

Тема 1.4.

1. Имидж территории: в начале была сказка. (Сказки, мифы, легенды места в основе имидж-проекта)
2. Имидж территории (по выбору – региона, учреждения, персоны): взаимовлияние мифов и реальности.
3. Имидж специалиста (по выбору – руководителя) учреждения (компании) в сфере культуры: свобода

или несвобода.

4. Опасное сближение? Имидж и «Я настоящий».
5. Имидж в системе личных ценностей (антиценностей).
6. Репутация – что может быть дороже?

Тема 2.4.

1. Имидж и персональная идентификация.
2. Сообщение на глобальном уровне (самопрезентация в виртуальном пространстве).
3. Я на досуге себя создаю: процесс создания персонального имиджа (интеграция учебной и культурно-досуговой деятельности).
4. Имидж как выражение персональной философии (идеи).
5. Новый имидж как план ближайшего развития (саморазвития и самосовершенствования)

Рекомендации по подготовке презентации.

Подробно изложены в методическом пособии по выполнению практических работ, размещенном на сайте преподавателя:

Раздел: Методические пособия.

<http://irinasimonova.ru/index.php/publications/blog-1>

Презентации по темам докладов и эссе обязательны.

Презентации к творческому заданию (эссе) разрабатываются в программе PowerPoint по следующей структуре: тема, ф.и.о. студента, № группы, год. Далее указывается основная проблема, идея (замысел), цель, основные методы. Презентация к эссе носит иллюстративный характер и должна иметь не менее 6 и не более 12 слайдов.

Презентация к докладу на семинарском занятии разрабатывается в программе PowerPoint по следующей структуре: тема, ф.и.о. студента, № группы, год. Далее указывается цель исследования, объект, предмет, задачи,

гипотезы, метод сбора информации. В презентации при необходимости могут представляться данные в графической форме (в виде графиков, таблиц, диаграмм). В заключение представляются выводы и рекомендации по решению исследуемой проблемы. Презентация должна иметь не менее 6 и не более 8 слайдов и комментариев в форме устного выступления (включая первый – титульный и последний).

Последовательность подготовки презентации:

1. Сформулировать цель презентации. В рамках дисциплины «Репутационный менеджмент», как правило, это выявление и формулировка проблемы
2. Установить формат презентации: презентация он-лайн (аудиторная) или электронная рассылка презентации. В случае презентации в аудитории необходимо определить её регламент и придерживаться его.
3. Отобрать содержательную часть для презентации и выстроить материал в логике проблемы.
4. Определить ключевые моменты в содержании и выделить (акцентировать) их.
5. Определить виды визуализации (иллюстративный материал) для отображения на слайдах в соответствии с логикой, целью и спецификой темы (проблемы).
6. Подобрать дизайн (расположение, цвет и размер) и форматировать визуальное, вербальное сообщение. При этом, текст должен иметь минимальное количество знаков. Оптимально на одном слайде от 100 до 500 знаков б/п.
7. Проверить визуальное восприятие презентации.

Рекомендации по подготовке к тестированию.

Тестирование – это форма контроля знаний по изучаемой дисциплине.

Для подготовки к тестированию рекомендуется использовать конспекты лекций, учебники, список литературы и другие материалы.

Перечень тестовых заданий охватывает все разделы учебной дисциплины и соответствует учебной программе. Успешное выполнение тестового задания является необходимым условием для допуска к итоговой аттестации по дисциплине.

При подготовке к тестированию необходимо обратить внимание на следующие темы и вопросы:

По теме 1.2.

- Определение понятий: «репутация», «имидж», «образ», «мнение», «общественное мнение».
- Природа, сущность, структура репутации и имиджа.
- Понятия «хорошая» и «плохая» репутации.
- Понятия «благоприятный», «позитивный», «привлекательный» имидж.
- Функции репутации и имиджа

По теме 1.3.

- Репутация и имидж в системе современных ценностей.
- Репутация, имидж и социальная ответственность.
- Практическая ценность хорошей репутации и благоприятного (привлекательного, позитивного) имиджа.
- Понятия «нематериальный ресурс», «символический капитал», «репутационный капитал», «имиджевый капитал».
- Имидж и корпоративная культура организации: взаимообусловленность и взаимовлияние.

По теме 1.5.

- Общественность как объект формирования репутации и имиджа.
- Понятия «общественность», «референтные группы», «аудитория», «клиент», «потребитель».
- Понятие имиджеформирующая информация.
- Понятие «аудитория имиджа».
- Основные особенности целевых аудиторий имиджа учреждений культурно-досуговой сферы.
- Основные стратегии сохранения репутации и благоприятного имиджа.
- Кризис репутации.

Перед началом тестирования преподаватель раздает тестовые задания и информирует их о необходимых действиях и критериях оценки теста. Тестирование проводится в письменной форме, студент в течение 10-30 минут (в зависимости от целей, сложности испытания) отвечает на тестовое задание, затем сдает тест преподавателю для проверки и оценки.

Рекомендации по подготовке к решению ситуационных задач (кейсы)

Решение ситуационных задач – это активный проблемно-ситуационный анализ, основанный на решении конкретных задач.

Отличительной особенностью метода кейсов является моделирование проблемной ситуации на основе фактов из реальной жизни. Предлагаемые мини-кейсы содержат 1–5 страниц текста, включая основные понятия и 1–4 страницы приложений. Минимальный объем позволяет студенту в процессе решения опираться на собственные знания и опыт.

В процессе решения ситуационной задачи студент должен:

- понять предложенную ситуацию (модель), и её особенности;
 - выделить основные проблемы, факты (процессы) и способные реально действовать (воздействовать на ситуацию) субъекты (главные действующие лица);
 - - отобрать факты и понятия, необходимые для анализа, оценки ситуации;
- понять, какие именно из представленных данных важны для поиска решения;
- предложить концепцию решения проблемы, или тему для «мозгового штурма»;
 - провести анализ результатов реализации найденного (предложенного) решения;
 - предложить один или несколько вариантов последовательных действий и решение проблемы.

В процессе решения ситуационной задачи необходимо найти источники возможного возникновения проблем, механизмы их предотвращения.

В процессе освоения дисциплины студентам предлагаются специализированные задачи, которые акцентируют внимание на одном, конкретном вопросе (проблеме).

Рекомендации по участию в электронном опросе.

Участие в электронном опросе, размещенном на сайте преподавателя

<http://irinasimonova.ru/index.php/survey> обязательно. Перед тем, как приступить к ответам на вопросы, необходимо определить, к какой группе студент принадлежит. Опросы организованы для двух групп:

1. Студенты (будущие специалисты).
2. Специалисты социально-культурной сферы (включая студентов очной, заочной формы обучения, работающих по специальности не менее 5 лет)

Предлагаемые опросы не является практическим пособием по решению тех или иных профессиональных задач. Ответы на предложенные вопросы позволяют самостоятельно установить наличие проблем и тенденций, определить круг требуемых мер и эффективно действовать в том направлении, которое оказывается наиболее значимым.

Рекомендации по подготовке контрольной работы.

(Перевод неадаптированной статьи и составление резюме).

Подробно изложены в методическом пособии по выполнению практических работ, размещенном на сайте преподавателя:

Раздел: Методические пособия.
<http://irinasimonova.ru/index.php/publications/blog-1>

К теме 1.1. Анализ и обобщение зарубежного опыта проектирования социально-культурного пространства.

Поиск в открытых источниках, письменный перевод, письменный анализ научной статьи (неадаптированный источник) в рамках тематики:

- построение репутации, имиджа организации, компании работающих в сфере культуры и досуга (по выбору – руководителя, специалиста).
- современные технологии исследований в сфере репутационного менеджмента;
- современные технологии построения репутации, имиджа организации, компании работающих в сфере культуры и досуга (по выбору – руководителя, специалиста).

- средства формирования имиджа организации, компании работающих в сфере культуры и досуга (по выбору – руководителя, специалиста).

Для выполнения задания необходимо самостоятельно найти источник (научную статью по теме), ознакомиться с её содержанием, сделать перевод (с любого иностранного языка) и написать резюме на русском языке.

Цель контрольной работы найти и применить в научных исследованиях непереведенные на русский язык источники, применить полученные знания в практической деятельности, в процессе обмена знаниями и опытом. Контрольная работа выполняется в три этапа:

- первый этап включает в себя поиск необходимой статьи объемом не менее 10 000 знаков (с пробелами), в рамках тематики, обозначенной в программе.
- второй этап состоит в точном письменном переводе статьи;
- третий этап – составление резюме к статье с комментариями о том опыте, который может быть адаптирован в конкретных условиях деятельности. Объем резюме и комментариев - не менее 3 000 знаков (с пробелами).

Контрольная работа оформляется только в печатном виде на стандартных листах формата А-4 на одной стороне листа, с соблюдением полей: 2 см слева, 1.5 см. справа, 2 см. сверху и 2 см. внизу. Шрифт Times New Roman, 14 пт; междустрочный интервал полуторный. Нумерация страниц сквозная в правом нижнем углу, включая список использованной литературы. На титульном листе номер страницы не ставится. Источник указывается обязательно.

Рекомендации по подготовке Программы построения репутации или Проекта построения имиджа.

Подробно изложены в методическом пособии по выполнению практических работ, размещенном на сайте преподавателя:

Раздел: Методические пособия.
<http://irinasimonova.ru/index.php/publications/blog-1>

Большое значение в усвоении курса имеет успешное выполнение итоговой работы. Для достижения благоприятного результата необходимо заблаговременно, не позднее начала изучения темы 2.2 выбрать тип итоговой работы.

Студентам предлагается сделать выбор самостоятельно, в зависимости от научных, практических интересов. Это может быть «Программа построения репутации» или «Проект формирования имиджа».

Выбор объекта студент также может сделать самостоятельно. Объектом может быть территория, регион, учреждение (компания), или персона (специалист, или руководитель).

Перед началом работы необходимо ознакомиться с рекомендуемой литературой по основным разделам, а также с методическими рекомендациями по написанию Программы и Проекта. Электронное, в сети. Сайт преподавателя: www.irinasimonova.ru.

В том случае, если не возникает трудностей и вопросов, студент должен самостоятельно организовать и провести прикладное исследование, написать Программу или разработать Проект. В процессе выполнения работы необходимо точно сохранять структуру работы и последовательно соблюдать все основные этапы.

В итоговой работе необходимо продемонстрировать теоретические и практические знания полученные в процессе обучения, а также специализированные навыки в сфере репутационного менеджмента. Итоговая работа построена так, чтобы опыт полученный в ходе её выполнения, можно было применить в процессе будущей профессиональной деятельности.

Рекомендации по подготовке к экзамену.

К экзамену по дисциплине допускаются студенты, выполнившие учебный план и итоговое задание в виде самостоятельно разработанной Программы построения репутации или Проекта построения имиджа (по выбору: территории, региона, учреждения персоны). Зачет организован в виде презентации Программы или Проекта и предполагает публичную дискуссию. Студент должен быть готов ответить на дополнительные вопросы в части теории и практики репутационного менеджмента, в рамках вопросов для промежуточной и итоговой аттестации.

Итоговая аттестация

Итоговая аттестация состоит из двух этапов. Первый – ответы на контрольные вопросы, или тестирование. Второй – презентация проекта.

Презентация проекта (или частной модели) формирования имиджа учреждения культурно-досуговой сферы (на базе общедоступных ресурсов Microsoft PowerPoint, StarOffice Impress, Corel Presentation и др.) и интерактивных презентаций (на базе Macromedia Director, DemoShield и Matchware Mediator).

Итоговая (публичная) презентация индивидуального проекта предполагает вопросы участников (преподавателя, слушателей) с элементами открытой дискуссии.

Вопросы к итоговой аттестации.

По разделу 1.

1. Концептуальные (социальные, экономические) основы репутационного менеджмента. Современные подходы к изучению репутации и имиджа.
2. Анализ и обобщение зарубежного опыта построения репутации и имиджа.
3. Содержание понятий «репутация» и «имидж»: сходство и различия.
4. Содержание понятий «образ» и имидж: сходство и различия.
5. Содержание понятий «мнение» и имидж: сходство и различия.
6. Структура репутации и структура имиджа.
7. Основные функции репутации и имиджа.
8. Основные характеристики репутации и основные характеристики имидж: сравнительный анализ.
9. Понятия «благоприятный», «позитивный», «привлекательный» имидж: основные различия.
10. Репутация и имидж в системе современных ценностей.
11. Практическая (экономическая, финансовая ценность хорошей репутации и благоприятного (привлекательного, позитивного) имиджа.
12. Влияние репутационного менеджмента на инвестиционную активность.
13. Понятия «нематериальный ресурс», «символический капитал», «репутационный капитал», «имиджевый капитал»: основные различия.
14. Объекты репутации и имиджа.

15. Субъекты репутации и имиджа
16. Понятия «репутация организации», «репутация персональная»: основные различия.
17. Понятие «имидж территории (или, по выбору - административной единицы): основные функции и значение.
18. Социально-культурные факторы формирования имиджа территории (или, по выбору - административной единицы).
19. Понятие «имидж учреждения»: структура и функции.
20. Понятия «персональный имидж» и «профессиональный имидж»: структуры, функции, основные различия.
21. Основные подходы к изучению репутационного менеджмента в российской науке (социально-психологический, социально-педагогический подход, информационный подход)
22. Современные подходы к изучению репутационного менеджмента за рубежом (на примере одной или нескольких государств).
23. Понятие имиджеформирующая информация: виды и каналы трансляции.
24. Понятия «общественность», «референтные группы», «аудитория имиджа», «клиент», «потребитель». Общественность как объект формирования имиджа: основные характеристики.
25. Понятие «аудитория имиджа». Аудитория имиджа как объект формирования имиджа: основные характеристики.
26. Основные стратегии сохранения репутации и благоприятного имиджа.
27. Основные средства создания имиджа (по выбору –

- «персонального имиджа», «профессионального имиджа», «корпоративного имиджа», имиджа территории» или имиджа административной единицы)
28. Основные направления прикладных исследований имиджа в российской и зарубежной науке: сравнительный анализ (краткий, объективный, конкретный, принцип выбора объектов сравнения – свободный, в рамках проблематики имиджа учреждения культурно-досуговой сферы.)
 29. Особенности формирования имиджа учреждений культурно-досуговой сферы в России и в других странах (сравнительный анализ на примере одной из стран, или региона).
 30. Основные характеристики и особенности целевых аудиторий имиджа учреждений культурно-досуговой сферы.
 31. Основные факторы, влияющие на формирование имиджа: внешние факторы, внутренние факторы (по выбору – «персонального имиджа», «профессионального имиджа», «корпоративного имиджа», имиджа территории» или имиджа административной единицы)
 32. Репутация/имидж учреждения (организации) и репутация/имидж специалиста (руководителя): взаимозависимость и взаимовлияние (по выбору).

По разделу 2

33. Стратегические задачи построения репутации и имиджа (по выбору – «персонального имиджа», «профессионального имиджа», «корпоративного имиджа», имиджа территории» или имиджа

- административной единицы)
34. Основные этапы построения имиджа (по выбору – «персонального имиджа», «профессионального имиджа», «корпоративного имиджа», имиджа территории» или имиджа административной единицы)
 35. Постановка цели формирования имиджа (по выбору – «персонального имиджа», «профессионального имиджа», «корпоративного имиджа», имиджа территории» или имиджа административной единицы).
 36. Структура и основные компоненты имиджа учреждения культурно-досуговой сферы (на примере конкретного типа учреждения).
 37. Функции имиджа учреждений культуры, культурно-досуговой сферы (раскрыть социально-психологические и педагогические функции).
 38. Имидж специалиста (по выбору – руководителя) социально-культурной деятельности в структуре имиджа учреждения культуры, культурно-досуговой сферы (тип учреждения – по выбору).
 39. Основные методы оценки реального имиджа (по выбору – «персонального имиджа», «профессионального имиджа», «корпоративного имиджа», имиджа территории» или имиджа административной единицы)
 40. Проблема отбора количественных и качественных критериев оценки реального имиджа. Проблема субъективности оценки.
 41. Основные источники (ресурсы) формирования имиджа учреждения культурно-досуговой сферы.
 42. Специфические особенности формирования имиджа учреждений культурно-досуговой сферы по

отношению к учреждениям, функционирующим в других сферах деятельности.

43. Определение аудитории имиджа: стратификация и сегментация аудитории имиджа. Основные критерии стратификации.
44. Основные методы средства построения имиджа.
45. Принципы и разделы Программы построения репутации (или - улучшения репутационных характеристик).
46. Основные разделы Проекта построения имиджа.
47. Основные технологии построения имиджа учреждения культуры, культурно-досуговой сферы (краткий анализ потенциала социально-культурных, социально-педагогических, коммуникационных, цифровых технологий и основные условия выбора предпочтений).
48. Основные принципы и правила организации презентация авторского проекта построения имиджа.

Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

1. Основная литература

1. Горчакова В.Г. Прикладная имиджелогия: учебное пособие. -М., 2007. - 400 с.
2. Королев Л.М. Психология управления: учебное пособие / Л.М. Королев. – М.: Дашков и К, 2011. – 188 с. (ЭБС КнигаФонд).
3. Перельгина Е.Б. Психология имиджа: учеб. пособие / Е.Б. Перельгина. – Москва: Аспект–Пресс, 2002. – 223 с. Об имидже: С.3-26.
4. Рева, В. Е. Управление репутацией : Учеб.пособие / В. Е. Рева. – М. : Дашков и К°, 2010. – 134 с.
5. Сальникова, Л.С. Репутационный менеджмент: современные подходы и технологии. Учебник и практикум для академического бакалавриата / Л.С. Сальникова. - М.: Юрайт, 2014. – 303 с.
6. Чумиков, А. Н. Реклама и связи с общественностью: имидж, репутация, бренд : учебное пособие для вузов /А. Н. Чумиков.- М: Аспект Пресс, 2012.-157 с

2. Дополнительная литература

1. Антонова Н.В. Индивидуальный имидж как результат самоопределения личности / Н.В. Антонова, А.А. Дятлова // Психология: журн. Высш. шк. экономики. – 2011. – № 2.— С. 59–68.
2. Бодрийяр, Ж. Симулякры и симуляция / Перевод О. А. Печенкина. – Тула, 2013. – 204 с.

3. Даулинг, Г. Репутация фирмы: создание, управление и оценка эффективности / Г. Даулинг.- М.: ИМИДЖ-Контакт, Инфра-М, 2003. – 368 с.
4. Григорьева Н.И. Имиджи и симулякры в социально–коммуникативной среде современной цивилизации: дис. ... канд. филос. наук: 09.00.11 / Н.И. Григорьева. – Нижний Новгород, 2010. – 198 с.
5. Грейдина Н.Л. Основы коммуникативной презентации. /Н.Л. Грейдина. – М.: ВостокЗапад, 2005. – 280 с.
6. Гриффин Э. Управление репутационными рисками: Стратегический подход.- М.:Альпина Бизнес Букс, 2009.- 237 с.
7. Заман А. Репутационный риск: управление в целях создания стоимости / Ариф Заман; пер. с англ. Ю. Кострубова. М.: Олимп — Бизнес, 2008.- 416с.
8. Калюжный А.А. Социально-психологические механизмы построения профессионального имиджа //Проблемы социальной психологии личности: Межвузовский сборник научных трудов: Выпуск 3. - Саратов: Изд-во Саратов. ун-та, 2006. – С. 21-27.)
9. Кириллов В.В. Гудвилл предприятия: сущность // Менеджмент в России и за рубежом. — 2008. — № 5.
10. Короткевич А.В. Корпоративная культура как основа репутационного капитала: методология построения, новые методы и формы воздействия // Маркетинг и маркетинговые исследования. – 2008. – №4
11. Малахов Ф.В. Управление процессом формирования и развития репутации современной российской организации / Ф.В. Малахов: дис. ... канд. соц. наук. – М., 2009. – 204 с.

12. Попцов Г. Г. Коммуникативные технологии двадцатого века. М.: Рефлбук; К.: Ваклер, 2002. - 352 с.
13. Симонова И.Ф. Модель персонального имиджа в аспекте информационного подхода. //Единый всероссийский научный вестник. № 6. 2016. –С. 121-124
14. Симонова И.Ф. Структура персонального имиджа: социально-педагогический аспект. //Наука в современном мире. Иркутск. 2016 - С. 78-81
15. Симонова И.Ф. Современное состояние и перспективы изучения имиджа в педагогике // IX международная научно-практическая конференция: Сб. «Отечественная наука в эпоху изменений», Екатеринбург, часть 4. № 4 (9), С.16-19
16. Симонова И.Ф. Технология формирования имиджа будущего специалиста: опыт интегративного подхода// Воспитание и обучение: теория, методика и практика. Сб. материалов III международной научно-практической конференции. Чебоксары, 8 мая 2015-344 с. С.275-278
17. Симонова И.Ф. Имидж учреждения культурно-досуговой сферы: проблемы теории и практики// East European Scientific Journal Wschodnioeuropejskie Czasopismo Naukowe1 (1) 2015. С.66-69
18. Симонова И.Ф. Особенности формирования имиджа учреждения культурно-досуговой сферы// V Международная научно-практическая конференция Сб. «Научные исследования: от теории к практике» 4 (5) 2015-С.270-273

19. Сметанин А.М. Оценка гудвилла в принятии финансовых решений: дис. ... канд. экон. наук / А.М. Сметанин. – Волгоград, 2005. – 208 с.
20. Шарков, Ф.И. Константы гудвилла: стиль, паблисити, репутация, имидж и бренд фирмы / Ф.И. Шарков.– М.: Изд-во Дашков и К, 2013.– 272 с. (ЭБС КнигаФонд).
21. Шестаков В. П. Мифология XX века: Критика теории и практики буржуазной «массовой культуры». — М.: Искусство, 1988. Глава 2. Для чего нужен имидж?

3. Литература, рекомендованная к ознакомлению

1. Андреева Г.М. Социальная психология. М.: Аспект Пресс, 2001. – 384 с.
2. Бодалев А. А. Формирование понятия о другом человеке как личности. 1970 -135 с.
3. Галумов Э.А. Основы PR. М.: «Летопись XXI», 2004 - 408 с. (Глава 2).
4. Годин, А.М. Брендинг: учебное пособие / А.М. Годин. – М.: Дашков и К, 2012. - 183 с. (ЭБС КнигаФонд).
5. Гриффин Э. Управление репутационными рисками: Стратегический подход.- М.:Альпина Бизнес Букс, 2009.- 237 с.
6. Грошев, И.В. Системный бренд-менеджмент: учебник / И.В. Грошев, А.А. Краснослободцева. – М.: ЮНИТИ-ДАА, 2012. – 655 с. (ЭБС КнигаФонд).
7. Никуличева Н.Ю. Право юридических лиц на деловую репутацию и его гражданско-правовая защита / Н.Ю. Никуличева. – Новосибирск: «ЭКОР-книга», 2005. – 188 с

8. Радаев В.В., Шкаратан О.И. Социальная стратификация./В.В.Радаев, О.И.Шкаратан М.: Аспект-Пресс, 1996.
9. Панасюк А.Ю. Имидж. Энциклопедический словарь/авт. Сост. А.Ю.Панасюк – М., 2007. -768 с.
10. Шестаков В. П. Мифология XX века: Критика теории и практики буржуазной «массовой культуры». — М.: Искусство, 1988. Глава 2.

4. Иностранные источники (неадаптированные)

1. Bennet R. Practitioner perceptions of corporate reputation: an empirical investigation / R. Bennet, R. Kottasz // Corporate Communications: An International Journal. – 2000. – № 5(4). – pp. 224–235.
2. . Conte R. Reputation for innovating social networks / R. Conte, M. Paolucci, J. Sabater-Mir // Advances in Complex Systems. – 2008. – Vol. – № 2. – pp. 255–270.
3. Dalton J. Managing Corporate Reputation: The New Currency. – 2nd ed. revised, / J. Dalton, S. Croft. – London: Thorogood, 2003. – 320 p.
4. Edelman R. Managing corporate risk and reputation. Global Agenda. Retrieved September 30, 2006. [Electronic resource] / R. Edelman. – Electronic text data. – Mode of access: www.globalagenda.com/magazine/2004/richardedelman.asp. – Title from screen.
5. Ferris G.R. Personal Reputation in Organizations. In J. Greenberg (Ed.), Organizational Behaviour: The State of the Science / G.R. Ferris, R. Blass, C. Douglas, R.W. Kolodinsky, D.C. Treadway. – USA: Lawrence Erlbaum Associates, Incorporated, 2003. – pp. 211-246.

6. Fombrum C.H. Reputation: realizing value from the corporate image / C.H. Fombrum. – Harvard: Harvard Business School Press, 1996. – 441 p.
7. Levitt T. Industrial Purchasing Behaviour: A study of communication effects / T. Levitt. – Harvard, Business School, Boston, MA, 1965. – 240 c.
8. Mailath G.J. Repeated Games and Reputations. Long Run Relationships. – UK: Oxord University Press, 2006. – 645 p. [Electronic resource] / G.J. Mailath, L. Samuelson. – Electronic text data. – Mode of access: [www.http://books.google.ru](http://books.google.ru).
9. Neville B.A. Corporate reputation, stakeholders and the social performance-financial performance relationship / B.A. Neville, S.J. Bell, B. Menguc // European Journal of Marketing. – 2005. – № 39(9/10). – pp. 1184-1198.
10. Schultz H.B. Reputation Management. Oxford University Press Southern Africa. [Electronic resource] / H.B. Schultz, A. Werner. – Electronic text data. – Mode of access: <http://www.oxford.co.za/...files/.../Reputation.pdf>. – Title from screen.
11. Slovic P. Perceived risk, trust, and democracy: A systems perspective / P. Slovic // Risk Analysis. – 1993. – № 13. – pp. 675-682
12. Varey R.J. Marketing Communication: an Introduction to Contemporary Issues / R.J. Varey. – Florence, KY, USA: Routledge, 2001. – 480 p.

5. *Электронные источники*

1. Электронно-библиотечная система (ЭБС) Санкт-Петербургского государственного института культуры
2. [http://www soob.ru](http://www.soob.ru) – ежемесячный журнал об интеллектуальном бизнесе и гуманитарных технологиях;
3. <http://www.advertology.ru> – материалы о рекламе, маркетинге;
4. <http://www.Sovetnik.ru> – профессиональный PR-портал;
5. <http://www.yandex.ru> – поисковая система Yandex;
6. <http://www.google.ru> – поисковая система Googl;
7. <http://elibrary.ru/authors.asp> – научная электронная библиотека;
8. <http://www.rsl.ru/> – Российская государственная библиотека;
9. www.irinasimonova.ru – Сайт преподавателя.

