

Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение
высшего образования
**«ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**
(Финансовый университет)

Кафедра политологии
Факультет социальных наук и массовых коммуникаций

Документ подписан усиленной неквалифицированной электронной подписью
Организация: Финансовый университет при Правительстве РФ
Утверждено: Проректор по учебной и методической работе Е.А. Каменева
Сертификат: LEcsc4mTV9oVNlvvpX7dTufbJmMPab+
Дата: 07.10.2025 г.

Р.В. Парма

Борьба с современными инструментами репутационной дискредитации

Рабочая программа дисциплины

для студентов, обучающихся по направлению подготовки:

47.03.01 - Философия,

Образовательная программа «Этика бизнеса»

Профиль:

«Этика бизнеса»

Рекомендовано

*Факультет социальных наук и массовых коммуникаций
(протокол № 03 от 16.12.2025 г.)*

Одобрено

*Кафедра политологии
(протокол № 05 от 10.12.2025 г.)*

© Москва 2026

СОДЕРЖАНИЕ

1.	Наименование дисциплины	3
2.	Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (перечень компетенций) с указанием индикаторов их достижения и планируемых результатов обучения по дисциплине	3
3.	Место дисциплины в структуре образовательной программы	5
4.	Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах и в академических часах с выделением объема аудиторной (лекции, семинары) и самостоятельной работы обучающихся	5
5.	Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) дисциплины с указанием их объемов (в академических часах) и видов учебных занятий	6
5.1.	Содержание дисциплины	6
5.2.	Учебно-тематический план	10
5.3.	Содержание семинаров	11
6.	Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине	13
6.1.	Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение дисциплины, формы внеаудиторной самостоятельной работы	13
6.2.	Перечень вопросов, заданий, тем для подготовки к текущему контролю	16
7.	Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине	20
8.	Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины	33
9.	Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины	36
10.	Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины	37
11.	Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень необходимого программного обеспечения и информационных справочных систем	38
12.	Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине	39

1. Наименование дисциплины

«Борьба с современными инструментами репутационной дискредитации».

2. Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (перечень компетенций) с указанием индикаторов их достижения и планируемых результатов обучения по дисциплине

Код компетенции	Наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции
УК-4	Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном (ых) языке (ах)	Использует информационно-коммуникационные ресурсы и технологии при поиске необходимой информации в процессе решения стандартных коммуникативных задач на государственном языке Российской Федерации	знать: технологии поиска необходимой информации, используя коммуникационные ресурсы уметь: применять технологии поиска информации в процессе решения коммуникативных задач.
		Ведет деловую переписку, учитывая особенности официально-делового стиля и речевого этикета	знать: особенности официально-делового стиля письма и речевого этикета; уметь: вести деловую переписку.
		Ведет деловые переговоры на государственном языке Российской Федерации	знать: особенности ведения деловых переговоров; уметь: вести деловые переговоры на русском языке.
		Использует лексико-грамматические и стилистические ресурсы на государственном языке Российской Федерации в зависимости от решаемой коммуникативной, в том числе профессиональной, задачи.	знать: лексико-грамматические и стилистические возможности русского языка; уметь: использовать лексико-грамматические и стилистические возможности русского языка для решения коммуникативных задач в профессиональной сфере.
		Использует иностранный язык в межличностном общении и профессиональной деятельности, выбирая соответствующие вербальные и невербальные средства коммуникации.	знать: иностранный язык, вербальные и невербальные средства коммуникации; уметь: использовать иностранный язык в межличностном общении и профессиональной деятельности.
		Реализует на иностранном	знать: современные

		языке коммуникативные намерения устно и письменно, используя современные информационно-коммуникационные технологии	информационно-коммуникационные технологии; уметь: использовать иностранный язык устно и письменно для профессиональной коммуникации.
		Использует приемы публичной речи и делового и профессионального дискурса на иностранном языке.	знать: приемы публичной речи и профессионального дискурса на иностранном языке; уметь: использовать приемы делового и профессионального дискурса на иностранном языке в публичной речи.
		Демонстрирует владения основами академической коммуникации и речевого этикета изучаемого иностранного языка.	знать: основы академической коммуникации и речевого этикета изучаемого иностранного языка; уметь: владеть основами академической коммуникации и речевого этикета иностранного языка.
		Грамотно и эффективно пользуется иноязычными источниками информации.	знать: иноязычные источники информации; уметь: эффективно использовать иноязычные источники информации.
		Продуцирует на иностранном языке письменные речевые произведения в соответствии с коммуникативной задачей.	знать: речевые произведения на иностранном языке письменные; уметь: продуцировать на иностранном языке письменные и речевые произведения в соответствии с коммуникативной задачей.
ПКП-2	Способность использовать в процессе педагогической деятельности базовые знания по этике	Владеет методикой и методами педагогической деятельности.	знать: методики и методы педагогической деятельности; уметь: применять методы педагогической деятельности.
		Применяет в педагогической деятельности базовые знания по этике.	знать: основы педагогической деятельности; уметь: применять базовые знания по этике в педагогической деятельности

3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Борьба с современными инструментами репутационной дискредитации» относится к «Модуль "Корпоративная этика в социальных сетях"».

4. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах и в академических часах с выделением объема аудиторной (лекции, семинары) и самостоятельной работы обучающихся

Очная форма обучения

Вид учебной работы по дисциплине	Всего (в з/е и часах)	Семестр 7 (в часах)
Общая трудоёмкость дисциплины	3/108	108
Контактная работа- Аудиторные занятия	34	34
Лекции	16	16
Семинары, практические занятия	18	18
Самостоятельная работа	74	74
Вид текущего контроля	Эссе	Эссе
Вид промежуточной аттестации	Зачет	Зачет

5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) дисциплины с указанием их объемов (в академических часах) и видов учебных занятий

5.1. Содержание дисциплины

Тема 1. Формирование личной репутации

Определения имиджа и репутации. Различия между имиджем и репутацией. Репутация как оценка и восприятие действий, поведения и результатов. Репутация как общественное мнение о человеке, группе людей, ярлык или стигма. Репутация как ресурс развития, социальный капитал, конкурентное преимущество. Положительная, отрицательная и запятнанная репутации. Личная репутация как устойчивое представление о человеке среди общественности. Слагаемые репутации: личные качества, поступки, манера поведения, образ жизни и др. Ожидания окружающих, социальная оценка личности и формирование стереотипов. Формирование личной репутацией: аудит, стратегия, информация, коммуникации, продвижение, привлечение, контроль.

Тема 2. Формирование репутации организации

Репутация организации как совокупность оценок и мнений. Деловая, рыночная и корпоративная репутации компании. Доверие сотрудников, клиентов и партнёров к компании. Визуальное и эмоциональное восприятие бренда. Бренд как впечатление лица, компании, товара, услуги в сознании потребителя. Репутация бренда как сумма потребительских оценок и ожиданий. Нематериальные активы компании, гудвилл: стоимость и капитал компании. Основания положительной и отрицательной деловой репутации. Факторы формирования деловой репутации: постоянные клиенты, наличие партнёров, маркетинговая стратегия, время на рынке. Основные составляющие формирования репутации компании: качество продукции или услуг, финансово-экономические показатели, компетентность и поведение персонала, партнёрские отношения, репутация руководителей, социальная ответственность, эмоциональная привлекательность компании и др.

Тема 3. Накопление репутационного капитала

Репутационный капитал как совокупность нематериальных активов бизнеса, представляющих собой внешние (имидж) и внутренние характеристики организации, носящие стратегический характер. Компоненты репутационного капитала: эмоциональная привлекательность, качество продукции, отношения с партнёрами,

компактность руководства, социальная ответственность, финансовые показатели. Создание репутационного капитала. Определение уровня лояльности целевой аудитории. Подбор маркетинговых инструментов. Система связей с общественностью, паблисити компании, создание имиджа. Взаимоотношение с бизнес-партнёрами, поставщиками, посредниками. Доверительные отношения с клиентами организации. Гарантии качества продукта и услуг потребителю. Выполнение взаимных обязательств поставщиков и подрядчиков. Факторы разрушения репутационного капитала: нарушение законодательства и этических норм, обнародование фактов мошенничества, вредная хозяйственная деятельность и загрязнение окружающей среды, негативные отзывы о продукции, антиреклама, неудачные деловые проекты, финансовые убытки, ценовые войны, конфликты с конкурентами, неисполнение обязательств и др.

Тема 4. Современные инструменты дискредитации

Понятие и содержание дискредитации. Умышленный подрыв доверия, авторитета. Умаление достоинства личности. Нанесение ущерба оппонентам. Дискредитация власти и соперников на выборах. Дискредитации конкурентов в бизнесе. Репутационная дискредитация как метод конкурентной борьбы. Приемы, способы и инструменты дискредитации. Приемы дискредитации: развенчание, преувеличение, сравнение, диалогизация, рефлексирование. Способы дискредитации: прямое очернение, усиление слабости, указание на ошибки, обнародование порочащей связи, неблагонадёжные сторонники. Инструменты репутационной дискредитации: вброс компромата, распространение слухов, негативные отзывы и комментарии, выражение авторитетного мнения, ситуационная ловушка, публикация фейков. Манипуляции информацией: утаивание информации, селекция данных, искажение реальности, инверсия информации, конструирование ложных сообщений, искусственное навязывание проблематики, мифологизация, смещение событий во времени и в пространстве.

Тема 5. Кампании разрушения репутации

Информационное воздействие на репутацию. «Черный» PR . Ухудшение и ослабление репутации. Комплекс коммуникационных действий. Обнародование негативной информации. Разрушение положительных свойств носителя репутации. Изменение в сознании целевых групп представлений о компании. Факторы репутационного уничтожения: нападающий, мишень, медиа, аудитория, социальные нормы. Типа информационных атак: профессиональная, непрофессиональная и спонтанная. Фронтальная и партизанская атаки. Источники распространения информации. Использование слухов. Этапы подготовки профессиональной информационной атаки: определение объекта атаки и целевой аудитории; сбор негативной информации; рефреминг информации; реализация плана кампании. Конфигурация атаки на

репутацию: скрытый субъект атаки, видимый субъект атаки, компромат, каналы распространения компромата, объект атаки (целевая аудитория), жертва атаки, мишень скрытого субъекта атаки, реверсивное воздействие. Противодействие репутационной дискредитации. Превентивный и реактивный подходы. Мониторинг репутации. Реакция на репутационную дискредитацию. Организация ответной PR-кампании (контратака), создание резонансного события, игнорирование негативной информации.

Тема 6. Нанесение репутационного ущерба

Причины репутационного ущерба: действия конкурентов, захват бизнеса, нарушения этики, проблемы с безопасностью, слабая устойчивость, низкое качество, отсутствие инновация. Последствия дискредитации. Репутационный ущерб: финансовые потери, увеличении операционных, капитальных или нормативных затрат, упущенная прибыль, снижение доверия партнёров, уменьшение клиентов и потребителей, снижение доли рынке, снижении акционерной стоимости. Ущерб деловой репутации. Правовое регулирование. Запрет недобросовестной конкуренции путём дискредитации. Закон «О защите конкуренции». Административная и уголовная ответственность за репутационную дискредитацию.

Тема 7. Управление репутацией онлайн

Технологии управления репутацией на платформах поиска информации SERM (Search Engine Reputation Management). Управление восприятием персоны, компании, бренда в выдаче поисковых систем. Ранжирование контента в выдаче поисковиков. Сочетание SEO и контент-маркетинга. Улучшение имиджа, формирование общественного мнения, минимизация негативных и максимизация позитивных комментариев. Основные стратегии SERM. Мониторинг мнений о компании, персоне: сайты, сети, блоги, форумы. Анализ: оценка тональности сообщений и выявление причин. Разработка стратегического плана повышения авторитета. SEO-оптимизация: применение методов повышения видимости контента в выдаче поиска. Онлайн-PR: сотрудничество со СМИ и блогерами для создания образа. Оценка: анализ и корректировка эффективности SERM-стратегий. Эффект манипуляции поисковой машины (SEME) в сфере политики: манипулирование электоральным выбором.

Тема 8. Управление репутацией в социальных медиа

Технология управления репутацией ORM. Репутацию в сообществах, форумах и социальных сетях. Положительные, нейтральные, негативные упоминание о компании, продукте или персоне. Проактивные стратегии, расширение влияния в интернет, улучшение восприятия компании в онлайн-пространстве. Обнаружение и нейтрализация негативного контента. Ручной и автоматизированный мониторинг информационного

пространства. Работа с лидерами мнений. Взаимодействие с лояльными потребителями. Нейтрализации отрицательных упоминаний. Повышения доверия к бренду, персоне. Формирование и оптимизация контента. Продвижению положительных упоминаний в поисковые выдачи (SEO). Генерация положительных упоминаний и их оптимизация. Правила работы с нежелательными отзывами. Практика работы «адвоката бренда».

5.2. Учебно-тематический план

№ п/п	Наименование тем(разделов) дисциплины	Трудоемкость в часах				
		Всего	Контактная работа - Аудиторная работа			Самостоя тельная работа
			Общая, в т.ч.:	Лекции	Семинары, практическ ие занятия	
1	Формирование личной репутации	13	4	2	2	9
2	Формирование репутации организации	13	4	2	2	9
3	Накопление репутационного капитала	13	4	2	2	9
4	Современные инструменты дискредитации	13	4	2	2	9
5	Кампании разрушения репутации	13	4	2	2	9
6	Нанесение репутационного ущерба	13	4	2	2	9
7	Управление репутацией онлайн	14	4	2	2	10
8	Управление репутацией в социальных медиа	16	6	2	4	10
	Итого	108	34	16	18	74

5.3. Содержание семинаров

Наименование тем (разделов) дисциплины	Перечень вопросов для обсуждения на семинарах, практических занятиях	Формы проведения занятий
Формирование личной репутации	1. Репутация и имидж. 2. Положительная, отрицательная и запятнанная репутации. 3. Слагаемые репутации: личные качества, поступки, манера поведения, образ жизни и др. 4. Формирование личной репутацией.	Опрос, дискуссия, разбор теоретических вопросов по теме посредством работы с учебной и справочной литературой.
Формирование репутации организации	1. Задачи и инструменты репутационного менеджмента. 2. Основания положительной деловой репутации. 3. Основания отрицательной деловой репутации. 4. Факторы формирования деловой репутации. 5. Основные составляющие формирования репутации компании.	Опрос, дискуссия, разбор теоретических вопросов по теме посредством работы с учебной и справочной литературой.
Накопление репутационного капитала	1. Понятие репутационного капитала. 2. Создание репутационного капитала. 3. Методы управления репутацией. 4. Факторы разрушения репутационного капитала.	Образовательный квест, сравнительная таблица, работа с кейсами
Современные инструменты дискредитации	1. Понятие и содержание дискредитации. 2. Дискредитации конкурентов в политике и бизнесе. 3. Приемы дискредитации. 4. Способы дискредитации. 5. Инструменты репутационной дискредитации	Опрос, дискуссия, решение кейсов, проведение контент-анализа
Кампании разрушения репутации	1. Информационное воздействие на репутацию. 2. «Черный» PR. 3. Ухудшение и ослабление репутации. 4. Факторы репутационного уничтожения. 5. Типы информационных атак. 6. Этапы подготовки профессиональной информационной атаки. 7. Противодействие репутационной дискредитации.	Образовательный квест, сравнительная таблица, работа с кейсами
Нанесение репутационного ущерба	1. Причины репутационного ущерба. 2. Способы нанесения репутационный ущерба. 3. Издержки репутационного ущерба.	Опрос, дискуссия, разбор теоретических вопросов по теме посредством работы с учебной и справочной литературой.
Управление репутацией онлайн	1. Технологии управления репутацией на платформах поиска информации SERM. 2. Сочетание SEO и контент-маркетинга. 3. Основные стратегии SERM. 4. Эффект манипуляции поисковой машины (SEME) в сфере политики	Образовательный квест, сравнительная таблица, работа с кейсами.
Управление	1. Технология управления репутацией ORM. 2.	Образовательный

репутацией в социальных медиа	Обнаружение и нейтрализация негативного контента. 3. Работа с лидерами мнений. 4. Взаимодействие с лояльными потребителями. 5. Нейтрализации отрицательных упоминаний. 6. Повышения доверия к бренду, персоне.	квест, сравнительная таблица, работа с кейсами.
-------------------------------	--	---

6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

6.1. Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение дисциплины, формы внеаудиторной самостоятельной работы

Наименование тем (разделов) дисциплины	Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение	Формы внеаудиторной самостоятельной работы
Формирование личной репутации	Репутация как оценка и восприятие действий, поведения и результатов. Репутация как общественное мнение о человеке, группе людей, ярлык или стигма. Репутация как ресурс развития, социальный капитал, конкурентное преимущество.	работа с конспектом и материалами лекции; изучение рекомендуемой учебной литературы и научных статей; подготовка к семинарскому занятию; выполнение задания в виде презентации.
Формирование репутации организации	Доверие сотрудников, клиентов и партнёров к компании. Визуальное и эмоциональное восприятие бренда. Бренд как впечатление лица, компании, товара, услуги в сознании потребителя. Репутация бренда как сумма потребительских оценок и ожиданий. Нематериальные активы компании, гудвилл: стоимость и капитал компании.	работа с конспектом и материалами лекции; изучение рекомендуемой учебной литературы и научных статей; подготовка к семинарскому занятию; выполнение задания в виде презентации.
Накопление репутационного капитала	Определение уровня лояльности целевой аудитории. Подбор маркетинговых инструментов. Система связей с общественностью, паблисити компании, создание имиджа. Взаимоотношение с бизнес-партнёрами, поставщиками, посредниками. Доверительные отношения с клиентами организации. Гарантии качества продукта и услуг потребителю. Выполнение взаимных обязательств поставщиков и подрядчиков.	работа с конспектом и материалами лекции; изучение рекомендуемой учебной литературы и научных статей; подготовка к семинарскому занятию; выполнение задания в виде презентации.
Современные инструменты дискредитации	Манипуляции информацией: утаивание информации, селекция данных, искажение реальности, инверсия информации,	работа с конспектом и материалами лекции; изучение

	конструирование ложных сообщений, искусственное навязывание проблематики, мифологизация, смещение событий во времени и в пространстве.	рекомендуемой учебной литературы и научных статей; подготовка к семинарскому занятию; выполнение задания в виде презентации.
Кампании разрушения репутации	Мониторинг репутации. Реакция на репутационную дискредитацию. Гиперболизация ситуации. Контратака – организация ответной PR-кампании. Метод вспышки – создание резонансного события. Игнорирование негативной информации.	работа с конспектом и материалами лекции; изучение рекомендуемой учебной литературы и научных статей; подготовка к семинарскому занятию; выполнение задания в виде презентации.
Нанесение репутационного ущерба	Правовое регулирование. Запрет недобросовестной конкуренции путём дискредитации. Закон «О защите конкуренции». Административная и уголовная ответственность за репутационную дискредитацию.	работа с конспектом и материалами лекции; изучение рекомендуемой учебной литературы и научных статей; подготовка к семинарскому занятию; выполнение задания в виде презентации.
Управление репутацией онлайн	Управление восприятием персоны, компании, бренда в выдаче поисковых систем. Ранжирование контента в выдаче поисковиков. Технология SERM. Эффект SEME.	работа с конспектом и материалами лекции; изучение рекомендуемой учебной литературы и научных статей; подготовка к семинарскому занятию; выполнение задания в виде презентации.
Управление репутацией в социальных медиа	Репутация в сообществах, форумах и социальных сетях. Положительные, нейтральные, негативные упоминания о компании, продукте или персоне. Продвижению положительных упоминаний в поисковые выдачи (SEO). Генерация положительных упоминаний и их оптимизация. Правила работы с нежелательными отзывами.	работа с конспектом и материалами лекции; изучение рекомендуемой учебной литературы и научных статей; подготовка к

	Практика работы «адвоката бренда».	семинарскому занятию; выполнение задания в виде презентации, подготовка эссе.
--	------------------------------------	---

6.2. Перечень вопросов, заданий, тем для подготовки к текущему контролю

Примерны темы эссе

1. Как фейки в социальных сетях влияют на деловую репутацию компании?
2. Этические границы в борьбе с дискредитацией: где проходит грань между защитой репутации и цензурой?
3. Роль СМИ в распространении репутационных угроз: анализ ответственности журналистов.
4. Инструменты «чёрного PR» в цифровую эпоху: можно ли их считать допустимыми методами конкуренции?
5. Как защитить личную репутацию в эпоху соцсетей: практические советы и кейсы.
6. Дискриминация и клевета в онлайн-пространстве: правовые и этические аспекты борьбы.
7. Репутационные риски для политиков в цифровую эпоху: новые вызовы.
8. Использование ботов и накруток для дискредитации: технологии и способы противодействия.
9. Как отличить обоснованную критику от целенаправленной атаки на репутацию?
10. Роль экспертных оценок в нейтрализации репутационных угроз: примеры из практики.
11. Социальные эксперименты и их влияние на репутацию: этические дилеммы.
12. Защита репутации бренда в условиях вирусного негатива: стратегии антикризисного PR.
13. Как использовать фактчекинг для защиты от ложной информации? Примеры из медиа.
14. Репутационные войны в бизнесе: этично ли использовать компромат?

15. Влияние анонимных Telegram-каналов на деловую репутацию: угрозы и методы защиты.
16. Этические аспекты работы PR-специалистов при нейтрализации репутационных атак.
17. Как компании могут предотвратить репутационные кризисы, связанные с отзывами клиентов?
18. Использование нейросетей для создания фейков: новые вызовы для защиты репутации.
19. Репутационная безопасность публичных личностей: роль личного бренда в кризисных ситуациях.
20. Как отличить конструктивную обратную связь от попытки дискредитации в онлайн-дискуссиях?
21. Социальные сети как инструмент репутационной войны: анализ кейсов из шоу-бизнеса.
22. Этические проблемы публикации компромата в интернете: границы свободы слова.
23. Роль государственных органов в борьбе с инструментами дискредитации в медиапространстве.
24. Как компании могут использовать прозрачность и открытость для защиты своей репутации?
25. Будущее репутационной безопасности: какие технологии помогут бороться с фейками через 10 лет?

Дополнительная информация

Рекомендации по написанию эссе

1. Подготовка и осмысление темы

- Внимательно прочитайте формулировку темы, выделите ключевые понятия (например, «репутационная дискредитация», «фейки», «этика коммуникации»).
- Сформулируйте главный вопрос, на который предстоит ответить в эссе.

- Определите цель работы: проанализировать явление, оценить методы защиты, предложить решения и т. п.
- Сформулируйте тезис — чёткую позицию, которую будете доказывать.

2. Планирование структуры

Эссе должно иметь чёткую композицию:

- Введение (10–15% объёма):
- Основная часть (70–80% объёма):
- Заключение (10–15% объёма):

3. Сбор и использование материала

- Подберите 2–4 убедительных аргумента в поддержку тезиса.
- Приведите 2–3 конкретных примера (кейсы из практики, статистические данные, цитаты экспертов).
- Используйте надёжные источники: научные статьи, официальные документы, авторитетные СМИ, исследования.
- Оформляйте ссылки и цитаты по ГОСТу или требованиям вуза.
- Избегайте плагиата: перефразируйте информацию, добавляйте собственные комментарии.

4. Стил ь и язык

- Пишите в научно-популярном стиле: ясно, логично, без жаргона и канцеляризмов.
- Используйте профессиональную терминологию, но поясняйте сложные понятия.
- Соблюдайте объективность: даже при критической позиции опирайтесь на факты.
- Применяйте связки для логичности: «таким образом», «с одной стороны... с другой», «следовательно» и т. п.
- Следите за грамматической и пунктуационной корректностью.

5. Оформление

- Соблюдайте требования к шрифту, интервалам, полям (уточните у преподавателя).
- Разделяйте текст на абзацы (1 абзац = 1 мысль).
- При необходимости используйте списки, таблицы, схемы для наглядности.
- Укажите объём (обычно 3–5 страниц А4).

6. Редактирование и проверка

- Отложите текст на несколько часов, затем перечитайте «свежим взглядом».
- Проверьте:
- Воспользуйтесь сервисами проверки текста.
- Попросите товарища или преподавателя дать обратную связь.
- Сделайте финальную вычитку перед сдачей.

7. Полезные советы

- Начинайте работу заранее, не откладывайте на последний момент.
- Ведите черновик с набросками плана, аргументов, цитат.
- Фокусируйтесь на качестве анализа, а не на количестве слов.
- Сохраняйте академическую этику: уважайте разные точки зрения, избегайте эмоциональных оценок.
- Добавьте «изюминку»: нестандартный пример, метафору, провокационный вопрос в заключении — это повысит интерес читателя.

7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Перечень компетенций с указанием индикаторов их достижения в процессе освоения образовательной программы содержится в разделе 2. *Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (перечень компетенций) с указанием индикаторов их достижения и планируемых результатов обучения по дисциплине.*

Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки индикаторов достижения компетенций, умений и знаний

УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном (ых) языке (ах)

1) Использует информационно-коммуникационные ресурсы и технологии при поиске необходимой информации в процессе решения стандартных коммуникативных задач на государственном языке Российской Федерации

Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции

Знать: технологии поиска необходимой информации, используя коммуникационные ресурсы

Уметь: применять технологии поиска информации в процессе решения коммуникативных задач.

Типовые контрольные задания

Задание 1. Использование информационно-коммуникационных ресурсов для решения коммуникативной задачи.

Вам необходимо подготовить краткое информационное сообщение (объёмом 5–7 предложений) на тему «Роль информационных технологий в современном образовании» для публикации в соцсетях вуза. Используйте только достоверные источники информации.

Алгоритм решения задачи:

1. С помощью поисковой системы (Яндекс, Google) найдите 3–5 авторитетных источников (научные статьи, официальные сайты образовательных организаций), посвящённых роли ИТ в образовании. Время поиска — не более 5 минут ;
2. Выделите 2–3 ключевых тезиса из найденных материалов (например, использование LMS-систем, онлайн-тестирования, образовательных платформ) ;

3. Сформулируйте сообщение, используя найденную информацию. В тексте обязательно упомяните 1–2 конкретных примера ИТ-решений в образовании (например, «МООК-курсы», «электронные журналы», «интерактивные доски»);
4. Оформите сообщение в разговорном стиле, подходящем для соцсетей (можно использовать эмодзи);
5. В конце сообщения добавьте ссылку на один из использованных источников.

2) Ведет деловую переписку, учитывая особенности официально-делового стиля и речевого этикета

Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции

Знать: особенности официально-делового стиля письма и речевого этикета;

Уметь: вести деловую переписку.

Типовые контрольные задания

Задание 2 . Составление официального письма на русском языке (2 0 0 -300 слов)

Ситуация: ваша компания столкнулась с волной негативных отзывов в соцсетях, содержащих ложную информацию о нарушении этических норм.

Задача: составьте официальное письмо от имени PR-отдела компании на имя руководителя крупного отраслевого СМИ .

Алгоритм решения задачи:

1. кратко изложите суть ситуации (2–3 предложения);
2. аргументируйте, почему информация является ложной (приведите 2–3 ключевых факта);
3. предложите опубликовать официальное опровержение с вашей версией событий;
4. обозначьте готовность предоставить дополнительные материалы и контакты ответственных лиц;
5. соблюдайте официально-деловой стиль, используйте этикетные формулы, структурируйте письмо (вступление, основная часть, заключение).

3) Ведет деловые переговоры на государственном языке Российской Федерации

Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции

Знать: особенности ведения деловых переговоров;

Уметь: вести деловые переговоры на русском языке.

Типовые контрольные задания

Задание 3. Устное выступление на русском языке на тему «Роль коммуникационных стратегий в защите деловой репутации компании».

Алгоритм решения задачи:

1. представьте 2–3 современных инструмента репутационной защиты (например, мониторинг соцсетей, антикризисные пресс-релизы);
2. приведите 1–2 реальных кейса (с кратким описанием ситуации и результата);
3. сформулируйте 1 ключевой вывод о важности проактивной коммуникационной политики;
4. используйте профессиональную терминологию, говорите чётко и структурированно.

4) Использует лексико-грамматические и стилистические ресурсы на государственном языке Российской Федерации в зависимости от решаемой коммуникативной, в том числе профессиональной, задачи.

Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции

Знать: лексико-грамматические и стилистические возможности русского языка;

Уметь: использовать лексико-грамматические и стилистические возможности русского языка для решения коммуникативных задач в профессиональной сфере.

Типовые контрольные задания

Задание 4. Адаптация стиля речи под коммуникативную задачу.

Вам предстоит «перевести» один и тот же текст о новом проекте в сфере экологии в три разных стилистических регистра. Исходный текст: «В нашем университете запускается проект по сортировке отходов. Цель — снизить объём мусора, отправляемого на полигоны, и повысить уровень экологической осознанности студентов».

Преобразуйте этот текст в три варианта, соблюдая стилистические нормы:

Официально-деловой стиль (для письма ректору с предложением поддержать проект). Используйте лексику официально-делового стиля: «в целях реализации», «предусматривает», «направлен на».

Разговорный стиль (для поста в соцсетях университета). Добавьте эмоциональность, используйте короткие предложения, разговорные обороты, эмодзи.

Научный стиль (для краткой аннотации к исследовательской работе по экологии). Используйте термины: «экологическая грамотность», «управление отходами», «рециклинг».

5) Использует иностранный язык в межличностном общении и профессиональной деятельности, выбирая соответствующие вербальные и невербальные средства коммуникации.

Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции

Знать: иностранный язык, вербальные и невербальные средства коммуникации;

Уметь: использовать иностранный язык в межличностном общении и профессиональной деятельности.

Типовые контрольные задания

Задание 5. Ролевая деловая беседа на иностранном языке (3–5 минут, английский/другой изучаемый язык)

Ситуация: вы PR-менеджер международной компании. В ходе переговоров с инвестором последний выражает сомнения в надёжности компании, ссылаясь на негативные публикации в СМИ.

Роли: вы — PR-менеджер (аргументируете позицию компании) , а экзаменатор — инвестор (задаёт уточняющие вопросы, выражает скептицизм).

Алгоритм решения задачи:

1. кратко опровергнуть основные претензии инвестора (2–3 тезиса);
2. представить 1–2 доказательства надёжности компании (финансовые показатели, награды, отзывы партнёров);
3. предложить конкретный шаг для восстановления доверия (например, аудит, открытая отчётность);
4. использовать речевые клише переговоров, сохранять профессиональный тон.

6) Реализует на иностранном языке коммуникативные намерения устно и письменно, используя современные информационно-коммуникационные технологии

Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции

Знать: современные информационно-коммуникационные технологии;

Уметь: использовать иностранный язык устно и письменно для профессиональной коммуникации.

Типовые контрольные задания

Задание 6 . Составление электронного письма на иностранном языке (120–150 слов, английский/другой изучаемый язык)

Ситуация: международный партнёр распространяет искажённую информацию о вашей компании в отчёте для инвесторов.

Задача: напишите деловое письмо на английском языке руководителю партнёрской организации:

1. вежливо укажите на расхождение данных;
2. приведите 2–3 корректных показателя, подтверждающих искажение;
3. предложите провести совместный аудит данных;
4. выразите надежду на оперативное решение вопроса;
5. используйте стандартные клише деловой переписки, соблюдайте формат e-mail .

7) Использует приемы публичной речи и делового и профессионального дискурса на иностранном языке.

Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции

Знать: приемы публичной речи и профессионального дискурса на иностранном языке;

Уметь: использовать приемы делового и профессионального дискурса на иностранном языке в публичной речи.

Типовые контрольные задания

Задание 7. Применение приёмов публичной речи в профессиональном дискурсе на иностранном языке.

Представьте, что вы молодой специалист в своей области и вам нужно убедить руководство компании выделить бюджет на реализацию вашего проекта. Ваша задача — подготовить и записать 1–2-минутную речь на иностранном языке (например, на английском), в которой вы презентуете свой проект .

В своей речи используйте приёмы публичной речи:

1. начните с «крючка» (интересного факта, статистики, риторического вопроса, чтобы захватить внимание);
2. используйте 2–3 аргумента в пользу вашего проекта (с цифрами, примерами, выгодами для компании);
3. добавьте эмоциональную составляющую (например, расскажите, как проект улучшит жизнь сотрудников или клиентов);
4. завершите речь призывом к действию («Давайте реализуем этот проект!», «Инвестируйте в будущее вместе с нами!»).

Соблюдайте нормы делового и профессионального дискурса:

- используйте профессиональную лексику по теме проекта;
- придерживайтесь формального стиля (избегайте сленга и разговорных выражений);
- применяйте речевые клише для презентаций («I would like to present...», «This project will contribute to...», «Our main goal is...»).

Запишите свою речь на аудио или видео (можно использовать смартфон).

Формат сдачи: аудио- или видеофайл с речью + краткий план выступления (3–5 ключевых пунктов) на иностранном языке.

8) Демонстрирует владения основами академической коммуникации и речевого этикета изучаемого иностранного языка.

Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции

Знать: основы академической коммуникации и речевого этикета изучаемого иностранного языка;

Уметь: владеть основами академической коммуникации и речевого этикета иностранного языка.

Типовые контрольные задания

Задание 8. Применение основ академической коммуникации и речевого этикета на иностранном языке.

Представьте, что вы участвуете в международной академической конференции. Вам нужно кратко представиться и обозначить тему своего доклада перед аудиторией. Составьте устное выступление (3–5 предложений) на изучаемом иностранном языке, соблюдая нормы академического этикета.

Условия решения задачи:

1. Используйте стандартную структуру академического представления;
2. Используйте академическую лексику и клише, характерные для научного общения;
3. Соблюдайте формальный стиль: избегайте сленга, разговорных выражений и сокращений;
4. Учитывайте культурные особенности страны, чей язык изучаете (например, в англоязычной среде принято сразу указывать свою роль — студент, аспирант, преподаватель).

Формат сдачи: устное выступление (можно записать на аудио/видео); письменный вариант текста выступления (1–2 предложения на каждой из структурных частей, как в примере).

9) Грамотно и эффективно пользуется иноязычными источниками информации.

Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции

Знать: иноязычные источники информации;

Уметь: эффективно использовать иноязычные источники информации.

Типовые контрольные задания

Задание 9. Работа с иноязычными источниками информации.

Найдите и проанализируйте 1–2 иноязычных источника (научная статья, новость, официальный отчёт) по теме вашего учебного проекта/дисциплины (например, «Влияние ИИ на рынок труда», «Экологические проблемы мегаполисов», «Инновации в медицине»).

Алгоритм решения задачи:

1. Выберите тему совместно с преподавателем или самостоятельно (должна соответствовать вашей специальности) ;
2. Используйте академические базы данных (eLIBRARY . RU , Google Scholar, JSTOR и др.) или надёжные новостные ресурсы ;
3. Найдите 1–2 источника на английском (или другом изучаемом языке) не старше 3 лет ;
4. Выпишите 3–5 ключевых тезисов из каждого источника (кратко, 1–2 предложения).
5. Переведите тезисы на русский язык, сохранив научный стиль.
6. Составьте краткий обзор (50–100 слов) на русском языке, в котором:
 - укажите, как найденные данные связаны с вашей темой;
 - выделите 1–2 наиболее интересные/важные факта;

- назовите преимущества использования иноязычных источников для вашего исследования.

Приложите ссылки на исходные материалы и укажите тип источника (статья, отчёт, новость).

10) Продуцирует на иностранном языке письменные речевые произведения в соответствии с коммуникативной задачей.

Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции

Знать: речевые произведения на иностранном языке письменные;

Уметь: продуцировать на иностранном языке письменные и речевые произведения в соответствии с коммуникативной задачей.

Типовые контрольные задания

Задание 10. Создание письменных речевых произведений на иностранном языке в зависимости от коммуникативной задачи.

Представьте, что вы работаете в международной компании и вам нужно написать три разных текста на изучаемом иностранном языке (например, английском) по одной и той же ситуации — организация корпоративного семинара по этике лидерства. Нужно написать три текста, соблюдая заданные коммуникативные задачи и стили:

- официальное письмо коллегам (5 предложений) с уведомлением о семинаре ;
- пост для корпоративного мессенджера (5–7 коротких предложений) в неформальном стиле, чтобы мотивировать сотрудников посетить семинар.
- описание семинара для сайта компании (7–10 предложений) в нейтрально-информативном стиле.

Формат сдачи: документ Word/Google Docs с тремя текстами, чётко разделёнными по задачам (с подзаголовками: «Официальное письмо», «Пост для мессенджера», «Описание для сайта»).

ПКП-2 Способность использовать в процессе педагогической деятельности базовые знания по этике

1) Владеет методикой и методами педагогической деятельности.

Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции

Знать: методики и методы педагогической деятельности;

Уметь: применять методы педагогической деятельности.

Типовые контрольные задания

Задание 1. Моделирование этичного диалога (письменное задание, 15–20 минут)

Напишите краткий сценарий (диалог из 5–7 реплик) разговора с родителем ученика, который поддерживает идею «безграничной свободы в интернете». Ваша задача как педагога — тактично донести до родителя:

- важность этических границ в цифровой коммуникации;
- связь между этикой и репутационными рисками (личные и профессиональные);
- роль семьи в формировании медиаграмотности ребёнка.

Используйте в диалоге не менее 3 этических категорий (например: ответственность, уважение, доверие). Сохраняйте уважительный, партнёрский тон.

2) Применяет в педагогической деятельности базовые знания по этике.

Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции

Знать: основы педагогической деятельности;

Уметь: применять базовые знания по этике в педагогической деятельности

Типовые контрольные задания

Задание 2. Рефлексия педагогической деятельности (письменное эссе, объём 150–200 слов)

Напишите эссе на тему: «Этические дилеммы педагога при обсуждении репутационных угроз». В эссе ответьте на вопросы:

1. Какие этические принципы должен соблюдать педагог в подобных дискуссиях?
2. Как избежать поляризации мнений в группе?
3. Как связать обсуждение этики с практическими аспектами защиты репутации (например, правила общения в соцсетях)?
4. Какие педагогические приёмы помогут сделать разговор этичным и продуктивным? Приведите 1–2 примера из своего опыта (реального или гипотетического).

Примеры практико-ориентированных заданий

Ниже приведены 10 разноформатных заданий, нацеленных на отработку реальных навыков защиты репутации в цифровой среде.

1. Анализ кейса: репутационный кризис в соцсетях

Задача изучить публичный кейс (например, скандал вокруг бренда/персоны в соцсетях) и ответить: 1) какие инструменты дискредитации были использованы (фейки, боты, троллинг и т. п.); 2) каковы ключевые уязвимости объекта атаки; 3) какие шаги по нейтрализации кризиса предприняли пострадавшие; 4) что можно было сделать эффективнее.

Формат: письменный разбор (1–2 стр.) с выводами и рекомендациями.

2. Разработка антикризисного пресс-релиза

Ситуация: компания столкнулась с волной ложных обвинений в соцсетях.

Задача: написать короткий пресс-релиз (до 500 слов) для публикации на сайте и в СМИ: 1) чётко обозначить позицию компании; 2) опровергнуть ключевые тезисы оппонентов; 3) предложить меры по восстановлению доверия.

Требования: официальный стиль, фактологическая точность, этичность формулировок.

3. Мониторинг и картирование угроз

Задача выбрать публичную персону/компанию и провести мини-мониторинг упоминаний за последний месяц: 1) выявить 3–5 потенциально опасных нарративов; 2) классифицировать их по типу (клевета, искажение фактов, троллинг); 3) оценить охват и тональность; 4) составить карту рисков (таблица: угроза → источник → охват → уровень опасности).

Формат: отчёт с таблицей и краткими комментариями.

4. Сценарий медиатренинга для спикера

Ситуация: руководитель компании должен выступить в эфире после репутационного инцидента.

Задача подготовить сценарий тренинга (план на 30–40 мин): 1) типичные «ловушки» журналистов; 2) шаблоны ответов на острые вопросы; 3) техники удержания повестки.

Формат: структурированный план с примерами фраз.

5. Создание гайда по цифровой гигиене

Задача разработать краткий гайд (1–1,5 стр.) для сотрудников компании: 1) правила поведения в соцсетях, чтобы не стать мишенью для дискредитации; 2) как реагировать на подозрительные запросы и провокации; 3) базовые меры защиты персональных данных.

Требования: чёткие, практичные рекомендации, без излишней теории.

6. Ролевая игра: переговоры с оппонентом

Ситуация: конкурент распространяет ложную информацию о вашей компании.

Роли: ваш представитель vs. представитель оппонента.

Задача провести имитационные переговоры (5–7 мин): 1) выдвинуть требования о прекращении дезинформации; 2) предложить компромисс (например, совместное заявление); 3) отработать техники деэскалации.

Критерии: аргументация, этикет, умение слушать.

7. Анализ юридического инструментария

Задача изучить нормы ГК РФ и КоАП РФ, касающиеся защиты чести, достоинства и деловой репутации: выписать 3–4 ключевых статьи; привести примеры их применения в цифровых спорах; указать сроки и процедуры подачи претензий.

Формат: конспект с цитатами норм и кейсами.

8. Разработка контент-плана для восстановления репутации

Ситуация: бренд пострадал от фейков.

Задача составить контент-план на 2 недели (10–12 публикаций): темы постов/статей, нацеленных на восстановление доверия; форматы (текст, видео, инфографика); каналы распространения; KPI (охват, вовлечённость, тональность комментариев).

Формат: таблица с графами: дата → тема → формат → канал → цель.

9. Тренировка фактчекинга

Задача проверить 3–5 спорных утверждений из соцсетей/СМИ по методике фактчекинга найти первоисточники; проверить даты, имена, цифры; выявить логические нестыковки; сделать вывод о достоверности.

Формат: таблица: утверждение → источники → проверка → вердикт.

10. Презентация для сотрудников компании: «Как не стать жертвой дискредитации»

Задача подготовить слайд-дек (8–10 слайдов) для внутреннего обучения: типичные схемы атак (фишинг, поддельные аккаунты, монтаж видео); признаки дезинформации; алгоритмы действий при обнаружении угрозы.

Требования: минимум текста на слайдах, максимум визуалов и примеров.

Общие рекомендации по выполнению:

- 1) опирайтесь на актуальные кейсы и нормы права;
- 2) используйте данные мониторинга (Яндекс Вордстат, Google Trends, соцсети);
- 3) в письменных работах указывайте источники информации;
- 4) в ролевых играх фиксируйте ключевые реплики и выводы.

Примерные вопросы для подготовки к зачету

1. Имидж и репутация личности/организации.
2. Репутация как оценка, общественное мнение и ресурс развития.
3. Способы формирования личной и деловой репутации.
4. Формирование общественного мнения о личности/организации.
5. Оценка общественного восприятия политика/компании.
6. Формирование репутации власти/бизнеса в СМИ.
7. Формирование репутации власти/бизнеса в социальных медиа.
8. Стратегии формирования и продвижения репутации во власти/бизнесе.
9. Деловая, рыночная и корпоративная репутации компании.
10. Репутация бренда как сумма потребительских оценок и ожиданий.
11. Гудвилл: стоимость и капитал компании.

12. Основания положительной и отрицательной деловой репутации.
13. Факторы и элементы формирования деловой репутации.
14. Накопление репутационного капитала личности и организации.
15. Факторы разрушения репутационного капитала.
16. Репутационная дискредитация как метод конкурентной борьбы.
17. Приемы, способы и инструменты репетиционной дискредитации.
18. Ухудшение и ослабление репутации посредством «черного» PR.
19. Факторы репутационного уничтожения и типы информационных атак.
20. Превентивное и реактивное противодействие дискредитации.
21. Стратегии противодействия и смягчения репутационных издержек.
22. Способы нанесения репутационного ущерба.
23. Восстановление репутации и контроль ущерба.
24. Показатели эффективности управления онлайн-репутацией.
25. Оценка эффективности управления репутационными рисками.
26. Эффективное управление репутацией в кризисной ситуации.
27. Отражение информационных атак на персону/компанию.
28. Воздействие негативных информационных поводов на репутацию.
29. Способы нивелирования репутационных издержек власти/бизнеса.
30. Репутационные издержки власти/бизнеса в социальные медиа.
31. Запросы в поисковых системах, упоминания о компании в интернете.
32. Оптимизация SEO, выстраивание поисковой выдачи в соответствии с целями и задачами.
33. Мониторинг негативных отзывов и их вытеснение в интернете.
34. Распространение актуального контента и продвижение компании в поисковых системах.
35. Восприятие политика/компания в интернете и в социальных сетях.

8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

Нормативные правовые акты:

В России существует ряд нормативно-правовых актов, регулирующих вопросы защиты репутации, противодействия недобросовестной конкуренции и распространения недостоверной информации, которые могут быть актуальны для дисциплины «Борьба с современными инструментами репутационной дискредитации»:

1. Гражданский кодекс РФ (ст. 152) . Закрепляет право граждан и юридических лиц на защиту чести, достоинства и деловой репутации.

2. Федеральный закон от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» . Запрещает недобросовестную и недостоверную рекламу, которая содержит неправдивые сведения, оценочные сравнения товара с продуктами других производителей без опоры на факты, а также высказывания и образы, порочащие репутацию конкурента.

3. Федеральный закон от 13.05.2008 №99-ФЗ «О защите конкуренции» . Запрещает дискредитацию как форму недобросовестной конкуренции — распространение ложных, неточных сведений, наносящих материальный ущерб бизнесу или порочащих его деловую репутацию.

4. Федеральный закон от 27.07.2006 №149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» . Устанавливает принципы достоверности информации и своевременности её предоставления. Запрещает распространение информации, за которое предусмотрена уголовная или административная ответственность. Определяет понятие «фейковых новостей» как заведомо недостоверной общественно значимой информации, распространяемой под видом достоверных сообщений и создающей угрозу жизни, здоровью граждан, общественному порядку и т. д.

5. Кодекс РФ об административных правонарушениях (КоАП РФ) :

о ч. 9 ст. 13.15 КоАП РФ . Устанавливает административную ответственность за распространение в СМИ и в информационно-телекоммуникационных сетях заведомо недостоверной, общественно значимой информации под видом достоверных сообщений, создавшей угрозу причинения вреда жизни и (или)

здоровью граждан, имуществу, угрозу массового нарушения общественного порядка и т. д.

о ч. 10.1 ст. 13.13 КоАП РФ . Предусматривает ответственность юридических лиц за распространение в СМИ и в информационно-телекоммуникационных сетях под видом достоверных сообщений заведомо недостоверной информации об обстоятельствах, представляющих угрозу жизни и безопасности граждан, и (или) о принимаемых мерах по обеспечению безопасности населения и территорий.

6. Уголовный кодекс РФ :

о ст. 128.1 УК РФ . Устанавливает уголовную ответственность за клевету — распространение заведомо ложных сведений, порочащих честь и достоинство другого лица или подрывающих его репутацию.

о ст. 207.1 УК РФ . Предусматривает уголовную ответственность за публичное распространение под видом достоверных сообщений заведомо ложной информации об обстоятельствах, представляющих угрозу жизни и безопасности граждан, и (или) о принимаемых мерах по обеспечению безопасности граждан и территорий.

о ст. 207.2 УК РФ . Устанавливает уголовную ответственность за публичное распространение под видом достоверных сообщений заведомо ложной общественно значимой информации, повлекшее по неосторожности причинение вреда здоровью человека (ч. 1), по неосторожности смерть человека или иные тяжкие последствия (ч. 2).

7. Постановление Пленума Верховного Суда РФ от 24.02.2005 №3 «О судебной практике по делам о защите чести и достоинства граждан, а также деловой репутации граждан и юридических лиц» . Содержит разъяснения по вопросам судебной защиты чести, достоинства и деловой репутации, включая критерии порочащих сведений и порядок опровержения.

Эти нормативные акты формируют правовую базу для противодействия репутационной дискредитации, определяют механизмы защиты и виды ответственности за распространение недостоверной информации.

Основная литература:

1. Семенова, Лидия Михайловна Имиджмейкинг : учебник и практикум для вузов / Л. М. Семенова. 2-е изд., пер. и доп Электрон. дан. Москва : Юрайт, 2025 142 с (Высшее образование) URL: <https://urait.ru/bcode/572252> (дата обращения: 01.09.2025). Режим доступа: Электронно-библиотечная система Юрайт, для авториз. пользователей <https://urait.ru/bcode/572252> ISBN 978-5-534-21466-6 : 719.00. [БИК ID: RU2fURAIT2f572252]
2. Коротков, Эдуард Михайлович Корпоративная социальная ответственность : учебник и практикум для вузов / Э. М. Коротков [и др.] ; под редакцией Э. М. Короткова. 3-е изд. Электрон. дан. Москва : Юрайт, 2025 404 с (Высшее образование) URL: <https://urait.ru/bcode/560025> (дата обращения: 01.09.2025). Режим доступа: Электронно-библиотечная система Юрайт, для авториз. пользователей <https://urait.ru/bcode/560025> ISBN 978-5-534-19091-5 : 1969.00. [БИК ID: RU2fURAIT2f560025]
3. Семенова, Лидия Михайловна Профессиональный имиджбилдинг на рынке труда : учебник и практикум для вузов / Л. М. Семенова. Электрон. дан. Москва : Юрайт, 2025 243 с (Высшее образование) URL: <https://urait.ru/bcode/565656> (дата обращения: 01.09.2025). Режим доступа: Электронно-библиотечная система Юрайт, для авториз. пользователей <https://urait.ru/bcode/565656> ISBN 978-5-534-11387-7 : 1269.00. [БИК ID: RU2fURAIT2f565656]
4. Чертков, А. С. Связи с общественностью в условиях кризисной ситуации. Антикризисные коммуникации [Электронный ресурс] : учебное пособие / Чертков А. С. Москва : МУИВ, 2023 213 с. Книга из коллекции МУИВ - Экономика и менеджмент <https://e.lanbook.com/book/433772> ISBN 978-5-9580-0685-4. [БИК ID: RU-LAN-BOOK-433772]

Дополнительная литература:

1. Тельнов, А.В. Репутация Российской Федерации и ее гражданско-правовая защита от диффамации : Монография / А.В. Тельнов Электрон. дан. Москва : Русайнс, 2025 223 с. Режим доступа: book.ru Internet access <https://book.ru/book/958238> ISBN 978-5-466-08708-6. [БИК ID: RU\bookru\bibl\958238]
2. Бушев, А. Б. Связи с общественностью: кризисная и конфликтная коммуникация в цифровую эпоху [Электронный ресурс] : учебное пособие для вузов / Бушев А. Б. Санкт-Петербург : Лань, 2024 140 с. Книга из коллекции Лань -

Журналистика и медиабизнес <https://e.lanbook.com/book/385982> ISBN 978-5-507-48483-6. [БИК ID: RU-LAN-BOOK-385982]

3. Беляева, И.Ю. Корпоративная социальная ответственность. : Учебник / И.Ю. Беляева, М.А. Эскиндаров, Х.П. Харчилава [и др.]; под. ред. И.Ю. Беляева, М.А. Эскиндаров Электрон. дан. Москва : КноРус, 2024 316 с. Режим доступа: book.ru Internet access <https://book.ru/book/951428> ISBN 978-5-406-12372-0. [БИК ID: RU\bookru\bibl\951428]

9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1. Электронная библиотека Финансового университета (ЭБ) <http://elib.fa.ru/> (<http://library.fa.ru/files/elibfa.pdf>)
2. Электронно-библиотечная система BOOK.RU <http://www.book.ru>
3. Электронно-библиотечная система "Университетская библиотека ОНЛАЙН" <http://biblioclub.ru/>
4. "Деловая онлайн библиотека" издательства "Альпина Паблишер" <http://lib.alpinadigital.ru/en/library>
5. Образовательная платформа "ЮРАЙТ" <https://urait.ru/>
6. Научная электронная библиотека eLibrary.ru <http://elibrary.ru>
7. Информационно-образовательный портал Финуниверситета: <https://org.fa.ru>
8. 7.Электронные ресурсы БИК:

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Методические рекомендации по освоению теоретической части курса и подготовке к лекциям

Для лучшего восприятия студентами положений различных тем дисциплины на первой лекции им предлагается изучить список необходимых для успешного освоения учебных материалов. Доводится основная литература (основные учебники и учебные пособия, публикаций преподавателей Кафедры). Разъясняется необходимость использования других различных источников информации, а также дополнительная литература по курсу, имеющаяся в библиотеке Финуниверситета.

Студентам для подготовки к лекциям и семинарским занятиям библиотекой Финуниверситета предлагается рекомендованная рабочей программой основная и дополнительная литература по дисциплине. По отдельным разделам дисциплины студентам следует привлекать интернет-ресурсы, рекомендованные преподавателем.

Все лекции по дисциплине читаются с использованием медиа-средств, отдельные схемы и таблицы высылаются на адреса групп. Студентам целесообразно привлекать эти материалы для подготовки к очередной лекции по конкретной тематике. К следующей лекции студенту необходимо повторить пройденный материал предыдущих лекций для целостности восприятия положений теоретического курса.

При пропуске лекции по той или иной теме студенту необходимо восполнить пробел в знаниях самостоятельно с привлечением рекомендованных источников и учебной литературы. При этом целесообразно воспользоваться консультациями лектора и преподавателей кафедры, ведущих практический курс. Часы консультаций предусмотрены учебным планом подготовки бакалавров. Время и место проведения консультаций заранее согласовывается с учебным отделом и студентами (в первую неделю занятий).

Методические рекомендации студентам при подготовке к практическим занятиям

Практические занятия обеспечивают, дополняют и позволяют углубленно изучить теоретический курс по данной дисциплине. Студентам необходимо при подготовке к практическим занятиям изучить материалы лекций, а также самостоятельно ознакомиться с рекомендованной литературой. В ходе подготовки к практическим занятиям целесообразно изучить публикации в СМИ, научные статьи по данной тематике, найти необходимые материалы в рекомендованных интернет-ресурсах (в соответствии с РПД).

В ходе практических занятий студентам следует привлекать свои знания теоретического курса, других дисциплин, связанных с изучением данной дисциплины (в соответствии с рабочей программой) для понимания происходящих политических явлений, процессов, событий. На практических занятиях студенты могут пользоваться рекомендованными учебниками и учебными пособиями, персональными компьютерами, планшетами для более рационального использования аудиторного времени.

При возникновении вопросов студент может задать соответствующие вопросы преподавателю непосредственно в начале или ходе практического занятия (для этого должно быть отведено время) или на консультации. При пропуске практических занятий по конкретной теме для восполнения пробела студент в установленное преподавателем время (обычно в ходе консультации) должен отчитаться по пропущенной теме в соответствии с выданным индивидуальным заданием.

Методические рекомендации студентам по выполнению домашних самостоятельных заданий

Тематика домашних самостоятельных заданий для самостоятельной работы определяются в рамках РПД. Задания выдаются преподавателем, ведущим практические занятия, на основании базовой учебной литературы (учебников и учебных пособий). Студентам при выполнении письменных домашних заданий необходимо руководствоваться материалами лекций, рекомендациями, полученными от преподавателя на консультациях, а также сроками представления результатов самостоятельной работы на проверку.

При непонимании студентом темы домашнего задания ему следует обратиться за разъяснениями к преподавателю во время аудиторного практического занятия, к лектору после лекции или на текущей консультации в соответствии с графиком. При выявлении в ходе проверки письменного домашнего задания существенных недостатков преподаватель устанавливает студенту срок их устранения и предоставления (в течение двух недель) исправленного и доработанного материала.

11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень необходимого программного обеспечения и информационных справочных систем

Комплект лицензионного программного обеспечения:

1. Microsoft Office (Windows)

2. Astra Linux
3. Kaspersky

Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

1. Информационно-правовая система «Гарант»
2. Информационно-правовая система «Консультант Плюс»
3. Информационно-образовательный портал Финансового университета. - <http://portal.ufrf.ru>.
4. Гуманитарный портал <https://gtmarket.ru/>
5. Система мониторинга СМИ и социальных медиа «Медиалогия» <https://www.mlg.ru/>
6. Сервис мониторинга социальных медиа и онлайн-СМИ «IQBuzz» <https://www.iqbuzz.pro/>
7. Система мониторинга и анализа социальных медиа «Brand Analytics» <https://brand-analytics.ru/>
8. Сайт электронного журнала по маркетингу www.4p.ru
9. Электронно-библиотечная система издательства «ЮРАЙТ» <https://www.biblio-online.ru/>
10. Электронно-библиотечная система BOOK.RU <http://www.book.ru>
11. Электронно-библиотечная система Znanium <http://www.znaniy.com>
12. Электронная библиотека Финансового университета (ЭБ) <http://elibrary.ru/>
13. Система обнаружения заимствований «Антиплагиат»: <https://fa.antiplagiat.ru>

Сертифицированные программные и аппаратные средства защиты информации:

1. не предусмотрены

12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

1. **Учебная аудитория** для проведения учебных занятий, предусмотренных программой, в том числе групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и

промежуточной аттестации, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения: мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), набор демонстрационного оборудования (проектор, экран)

2. **Компьютерный класс** для проведения учебных занятий, предусмотренных программой, в том числе групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенный оборудованием и техническими средствами обучения: мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), персональные компьютеры, набор демонстрационного оборудования (проектор, экран)

3. **Помещение для самостоятельной работы** обучающихся оснащенное компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде Университета.

4. Библиотека, читальный зал