

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное
учреждение высшего образования
«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Методические указания
по выполнению практических работ
по дисциплине «Управление репутацией и антикризисные
коммуникации в цифровой среде»
для студентов специальности 40.05.01 Правовое обеспечение
национальной безопасности
специализация «Уголовно-правовая»

Ставрополь, 2026

Введение

1. Методические рекомендации к практической работе студентов по дисциплине «Управление репутацией и антикризисные коммуникации в цифровой среде» разработаны в соответствии с рабочей программой дисциплины

Целью изучения дисциплины «Управление репутацией и антикризисные коммуникации в цифровой среде» является формирование у слушателей способности понимать сущность и значение информации в развитии современного информационного общества, соблюдать основные требования информационной безопасности, в том числе защиты государственной тайны; владением основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации.

Образовательные задачи курса:

- формирование блока прикладных знаний в сфере социальных сетей, истории и специфики их развития, их влияния на социально-общественные связи; сущности и значения информации в развитии современного информационного общества и взаимосвязи с личной, профессиональной и корпоративной репутацией; основных методов и приемов продвижения информации в социальных сетях; правовых и этических норм регулирования деятельности в сети Интернет;

- умение распознавать опасности и угрозы, возникающие в процессе информационно-коммуникационного взаимодействия в социальных сетях; определять оптимальную социальную сеть для наиболее эффективной коммуникации с целевой аудиторией; использовать инструменты социальных сетей для достижения коммуникативных целей и анализа результата; работать с конфликтами в социальных сетях и минимизировать репутационные риски как личные, так и угрожающие корпоративной репутации;

- получение навыков разработки и реализации SMM-стратегии; навыков оценки эффективности реализации SMM-стратегии, необходимой для выстраивания позитивной цифровой репутации; навык создания и запуска информационных кампаний в социальных сетях и отслеживания их эффективности, необходимых для выстраивания диалога в социальных сетях; навык управления информационными конфликтами, следуя общечеловеческим гуманистическим принципам, кодексу профессиональной этики и социальной ответственности.

Формой итогового контроля знаний студентов является зачет, в ходе которого оценивается уровень теоретических знаний и навыки решения практических задач.

Курс рассчитан на один семестр (2) и включает лекции (12 часов), практические занятия (24 часов). Отчетность: зачет во 2-ом семестре.

Требования к результатам освоения дисциплины. Процесс изучения дисциплины направлен на формирование у студентов следующих компетенций:

УК-3. Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели

ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАНЯТИЯ

Практическое занятие № 1

Тема: Понятие деловой репутации

Цель: формирование у слушателей способности понимать сущность и значение информации в развитии современного информационного общества, соблюдать основные требования информационной безопасности, в том числе защиты государственной тайны; владением основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации.

Формируемая компетенция УК-3.

Актуальность темы: деловая репутация организации представляет собой оценку ее работы со стороны общественности. Это мнение посторонних лиц (клиентов, партнеров, целевой аудитории и т.д.).

Вопросы и задания:

1. Понятие деловой репутации в российской деловой практике.
2. Какие факторы влияют на деловую репутацию.
3. Какие виды деловой репутации выделяют специалисты.
4. Что такое гудвилл, как его рассчитать.

Теоретическая часть:

Определение термина отражено в законодательстве РФ, а именно в статье 150 ГК РФ, где сказано, что деловая репутация – это «неимущественное право», которым пользуется организация со дня ее открытия. С точки зрения права, это понятие связано с другими близкими по значению: авторское право, ноу-хау, торговые марки и т.д.

Список литературы:

Перечень основной литературы:

1. Шарков Ф.И. Константы гудвилла: стиль, паблисити, репутация, имидж и бренд фирмы: учеб. пособие М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2024 biblioclub.ru/index.php?page=book&id=452896
2. Гундарин М.В. Книга руководителя отдела PR: практ. Рекомендации СПб. : Питер, 2023
3. Сальникова Л.С. Репутационный менеджмент: современные подходы и технологии: учеб. для бакалавров М.: Юрайт, 2023

Перечень дополнительной литературы:

1. Кочеткова А.В., Филиппов В.Н. Теория и практика связей с общественностью: С П б . : Питер, 2023
2. Маслова В. М. , Синяева И. М. , Синяев В. В. Сфера PR в маркетинге: учебное пособие М. : Юнити-Дана // ЭБС университетская библиотека online, 2024 <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114502>

Перечень учебно-методического обеспечения самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

1. Методические рекомендации по выполнению самостоятельной работы по дисциплине «Антикризисный PR и консалтинг». Ставрополь, 2023.
2. Методические рекомендации по выполнению лабораторных работ по дисциплине «Антикризисный PR и консалтинг». Ставрополь, 2023.

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

1. Справочная правовая система «Консультант плюс» <https://www.consultant.ru/>
2. ЭБС «Университетская библиотека онлайн». <http://biblioclub.ru>
3. Электронно-библиотечная система IPRsmart . <https://www.iprbookshop.ru/>
4. Российская государственная библиотека <https://www.rsl.ru/>

5. Электронно-библиотечная система «Знаниум»: <https://znanium.com/>
6. Электронно-библиотечная система «Лань» <https://e.lanbook.com/>
7. Электронно-библиотечная система «Консультант студента» <https://www.studentlibrary.ru/>
8. Электронно-библиотечная система «Национальный цифровой ресурс «Руконт» <https://lib.rucont.ru/>
9. Библиотека профессионала №1 <https://profspo.ru/>
10. Русский язык как иностранный РКИ <https://www.ros-edu.ru/>

Практическое занятие № 2

Тема: Понятие цифровой репутации

Цель: формирование у слушателей способности понимать сущность и значение информации в развитии современного информационного общества, соблюдать основные требования информационной безопасности, в том числе защиты государственной тайны; владением основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации.

Формируемая компетенция УК-3.

Актуальность темы:

Цифровая репутация - это негативная или позитивная информация в сети «Интернет» о пользователе. Компрометирующая информация, размещенная в интернете, может серьезным образом отразиться на реальной жизни, в частности к такой информации можно отнести место жительства, учебы, финансовое положение, особенности характера и рассказы о близких - все это накапливается в сети.

Вопросы и задания:

1. Понятие цифровой репутации.
2. Правила цифровой репутации.
3. «Социалномика» и «Digital-революция».
4. Digital-кредо.

Теоретическая часть:

Приватности больше нет. В наши дни понятие о неприкосновенности частной жизни теряет актуальность. Запятнать репутацию можно в один миг.

Повсеместное распространение мобильных технологий и социальных сетей привело к тому, что мы должны жить так, словно наши мама, босс, тренер и враги наблюдают за нами. Потому что так оно и есть. Идет ли речь о личной жизни или о карьере, ваша репутация в интернете сегодня определяет и вашу репутацию вне его. И возрастающую «прозрачность» современного мира важно использовать себе на пользу.

Список литературы:

Перечень основной литературы:

1. Шарков Ф.И. Константы гудвилла: стиль, паблисити, репутация, имидж и бренд фирмы: учеб. пособие М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2024 biblioclub.ru/index.php?page=book&id=452896
2. Гундарин М.В. Книга руководителя отдела PR: практ. Рекомендации СПб. : Питер, 2023
3. Сальникова Л.С. Репутационный менеджмент: современные подходы и технологии: учеб. для бакалавров М.: Юрайт, 2023

Перечень дополнительной литературы:

1. Кочеткова А.В., Филиппов В.Н. Теория и практика связей с общественностью: С П б . : Питер, 2023
2. Маслова В. М. , Синяева И. М. , Синяев В. В. Сфера PR в маркетинге: учебное пособие М. : Юнити-Дана // ЭБС университетская библиотека online, 2024 <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114502>

Перечень учебно-методического обеспечения самостоятельной работы обучающихся по

дисциплине

1. Методические рекомендации по выполнению самостоятельной работы по дисциплине «Антикризисный PR и консалтинг». Ставрополь, 2023.

2. Методические рекомендации по выполнению лабораторных работ по дисциплине «Антикризисный PR и консалтинг». Ставрополь, 2023.

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

1. Справочная правовая система «Консультант плюс» <https://www.consultant.ru/>

2. ЭБС «Университетская библиотека онлайн». <http://biblioclub.ru>

3. Электронно-библиотечная система IPRsmart . <https://www.iprbookshop.ru/>

4. Российская государственная библиотека <https://www.rsl.ru/>

5. Электронно-библиотечная система «Знаниум»: <https://znanium.com/>

6. Электронно-библиотечная система «Лань» <https://e.lanbook.com/>

7. Электронно-библиотечная система «Консультант студента» <https://www.studentlibrary.ru/>

8. Электронно-библиотечная система «Национальный цифровой ресурс «Руконт» <https://lib.rucont.ru/>

9. Библиотека профессионала №1 <https://profspo.ru/>

10. Русский язык как иностранный РКИ <https://www.ros-edu.ru/>

Практическое занятие № 3

Тема: Параметры деловой репутации

Цель: формирование у слушателей способности понимать сущность и значение информации в развитии современного информационного общества, соблюдать основные требования информационной безопасности, в том числе защиты государственной тайны; владением основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации.

Формируемая компетенция УК-3.

Актуальность темы:

Рассматривается значение деловой репутации как главного стратегического актива организации, приводятся количественные и качественные способы ее оценки, наглядно показаны механизмы увеличения акционерной стоимости бизнеса за счет позитивной деловой репутации. Тем самым деловая репутация превращается в весомый капитал.

Вопросы и задания:

1. престиж и авторитет компании;
2. известность компании;
3. обширная база лояльных клиентов;
4. проверенная сеть поставщиков и деловых партнеров;
5. местонахождение;
6. номенклатура производимой продукции;
7. узнаваемость торговой марки;
8. отработанные каналы сбыта продукции.
9. Компоненты репутации: финансовые, рыночные, корпоративные, социальные.

Теоретическая часть:

В условиях рыночной конкуренции авторитет является основой репутации как отдельной личности, так и социальных групп или организаций, которые обладают реальной властью, поскольку способны влиять на решения и действия других. Степень этой власти зависит от того, насколько авторитетна данная личность, группа или организация в решении тех или иных задач, лежащих в сфере их компетенции. Особенно важна роль репутации в ситуациях неопределенности. Когда участники рынка не знают, как им поступить, они

наделяют большими прерогативами власти тех, кто имеет устойчивую позитивную репутацию и авторитет в области неясных вопросов и методов дальнейших действий.

Список литературы:

Перечень основной литературы:

1. Шарков Ф.И. Константы гудвилла: стиль, паблисити, репутация, имидж и бренд фирмы: учеб. пособие М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2024 biblioclub.ru/index.php?page=book&id=452896
2. Гундарин М.В. Книга руководителя отдела PR: практ. Рекомендации СПб. : Питер, 2023
3. Сальникова Л.С. Репутационный менеджмент: современные подходы и технологии: учеб. для бакалавров М.: Юрайт, 2023

Перечень дополнительной литературы:

1. Кочеткова А.В., Филиппов В.Н. Теория и практика связей с общественностью: С П б . : Питер, 2023
2. Маслова В. М. , Синяева И. М. , Синяев В. В. Сфера PR в маркетинге: учебное пособие М. : Юнити-Дана // ЭБС университетская библиотека online, 2024 <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114502>

Перечень учебно-методического обеспечения самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

1. Методические рекомендации по выполнению самостоятельной работы по дисциплине «Антикризисный PR и консалтинг». Ставрополь, 2023.
2. Методические рекомендации по выполнению лабораторных работ по дисциплине «Антикризисный PR и консалтинг». Ставрополь, 2023.

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

- 1.Справочная правовая система «Консультант плюс» <https://www.consultant.ru/>
- 2.ЭБС «Университетская библиотека онлайн». <http://biblioclub.ru>
- 3.Электронно-библиотечная система IPRsmart . <https://www.iprbookshop.ru/>
- 4.Российская государственная библиотека <https://www.rsl.ru/>
- 5.Электронно-библиотечная система «Знаниум»: <https://znanium.com/>
- 6.Электронно-библиотечная система «Лань» <https://e.lanbook.com/>
- 7.Электронно-библиотечная система «Консультант студента» <https://www.studentlibrary.ru/>
- 8.Электронно-библиотечная система «Национальный цифровой ресурс «Руконт» <https://lib.rucont.ru/>
- 9.Библиотека профессионала №1 <https://profspo.ru/>
- 10.Русский язык как иностранный РКИ <https://www.ros-edu.ru/>

Практическое занятие № 4

Тема: Создание информационной основы репутации

Цель: формирование у слушателей способности понимать сущность и значение информации в развитии современного информационного общества, соблюдать основные требования информационной безопасности, в том числе защиты государственной тайны; владением основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации.

Формируемая компетенция УК-3.

Актуальность темы:

Репутационный аудит позволяет сделать срез общественного мнения о компании в определенный период времени, это своего рода фотография репутационного профиля организации. Однако одноразового замера уровня репутации явно недостаточно, важно оценивать репутационные активы организации в регулярном режиме. Это обусловлено тем, что современная компания может быть успешной и конкурентоспособной только в

том случае, если она изо дня в день занимается управлением своей репутации, т.е. осуществляет отбор, структурирование и целенаправленное использование информации о компании, формируя тем самым вокруг нее благоприятное информационное пространство.

Вопросы и задания:

1. Репутационный аудит.
2. Управление репутацией.
3. Регулярный мониторинг СМИ/СМК.

Теоретическая часть:

Грамотно выстроенные коммуникации между компанией и обществом — это главный ресурс повышения стоимости бизнеса, который ничем другим заменить невозможно. Такие задачи решаются с помощью современных информационных технологий, арсенал которых невероятно расширился и усложнился. Управление репутацией — это управление информационным пространством, сложившимся вокруг организации

Список литературы:

Перечень основной литературы:

1. Шарков Ф.И. Константы гудвилла: стиль, паблисити, репутация, имидж и бренд фирмы: учеб. пособие М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2024 biblioclub.ru/index.php?page=book&id=452896
2. Гундарин М.В. Книга руководителя отдела PR: практ. Рекомендации СПб. : Питер, 2023
3. Сальникова Л.С. Репутационный менеджмент: современные подходы и технологии: учеб. для бакалавров М.: Юрайт, 2023

Перечень дополнительной литературы:

1. Кочеткова А.В., Филиппов В.Н. Теория и практика связей с общественностью: С П б . : Питер, 2023
2. Маслова В. М. , Синяева И. М. , Синяев В. В. Сфера PR в маркетинге: учебное пособие М. : Юнити-Дана // ЭБС университетская библиотека online, 2024 <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114502>

Перечень учебно-методического обеспечения самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

1. Методические рекомендации по выполнению самостоятельной работы по дисциплине «Антикризисный PR и консалтинг». Ставрополь, 2023.
2. Методические рекомендации по выполнению лабораторных работ по дисциплине «Антикризисный PR и консалтинг». Ставрополь, 2023.

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

1. Справочная правовая система «Консультант плюс» <https://www.consultant.ru/>
 2. ЭБС «Университетская библиотека онлайн». <http://biblioclub.ru>
 3. Электронно-библиотечная система IPRsmart . <https://www.iprbookshop.ru/>
 4. Российская государственная библиотека <https://www.rsl.ru/>
 5. Электронно-библиотечная система «Знаниум»: <https://znanium.com/>
 6. Электронно-библиотечная система «Лань» <https://e.lanbook.com/>
 7. Электронно-библиотечная система «Консультант студента» <https://www.studentlibrary.ru/>
 8. Электронно-библиотечная система «Национальный цифровой ресурс «Руконт» <https://lib.rucont.ru/>
 9. Библиотека профессионала №1 <https://profspo.ru/>
 10. Русский язык как иностранный РКИ <https://www.ros-edu.ru/>
- видеоматериалов (фильмы, видеоролики, телевизионная реклама и др).
9. <http://e.lanbook.com/> – издательство «Лань», электронно-библиотечная система.
 10. <http://www.biblioclub.ru/> – электронно-библиотечная система «Университетская

библиотека онлайн».

11. <http://elibrary.ru/defaultx.asp> – научная электронная библиотека eLIBRARY.RU

Практическое занятие № 5

Тема: Технология проведения репутационного аудита (часть 1)

Цель: формирование у слушателей способности понимать сущность и значение информации в развитии современного информационного общества, соблюдать основные требования информационной безопасности, в том числе защиты государственной тайны; владением основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации.

Формируемая компетенция УК-3.

Актуальность темы:

Исследование, которое проводится в организации не менее одного раза в полугодие в целях изучения слабых и сильных сторон компании и маркетинговой коммуникации.

Вопросы и задания:

1. Репутационный аудит: цели и задачи
2. Почему не стоит игнорировать репутационный аудит?

Теоретическая часть:

По статистике 80% потребителей предварительно знакомятся с отзывами в мировой паутине на продукт, который им нужен. 50-70% покупателей откажутся от товара или услуги, если прочитают пару-другую критических откликов о них. Чем это опасно для Вас? Тем, что Ваши продажи упадут, дела компании пошатнутся, а конкуренты обойдут Вас в рыночной гонке. Незавидная перспектива? Во избежание печальной участи стать аутсайдером и погубить бизнес проведите-ка у себя на предприятии репутационный аудит.

Список литературы:

Перечень основной литературы:

1. Шарков Ф.И. Константы гудвилла: стиль, паблисити, репутация, имидж и бренд фирмы: учеб. пособие М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2024 biblioclub.ru/index.php?page=book&id=452896
2. Гундарин М.В. Книга руководителя отдела PR: практ. Рекомендации СПб. : Питер, 2023
3. Сальникова Л.С. Репутационный менеджмент: современные подходы и технологии: учеб. для бакалавров М.: Юрайт, 2023

Перечень дополнительной литературы:

1. Кочеткова А.В., Филиппов В.Н. Теория и практика связей с общественностью: С П б . : Питер, 2023
2. Маслова В. М. , Синяева И. М. , Синяев В. В. Сфера PR в маркетинге: учебное пособие М. : Юнити-Дана // ЭБС университетская библиотека online, 2024 <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114502>

Перечень учебно-методического обеспечения самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

1. Методические рекомендации по выполнению самостоятельной работы по дисциплине «Антикризисный PR и консалтинг». Ставрополь, 2023.
2. Методические рекомендации по выполнению лабораторных работ по дисциплине «Антикризисный PR и консалтинг». Ставрополь, 2023.

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

- 1.Справочная правовая система «Консультант плюс» <https://www.consultant.ru/>
- 2.ЭБС «Университетская библиотека онлайн». <http://biblioclub.ru>
- 3.Электронно-библиотечная система IPRsmart . <https://www.iprbookshop.ru/>
- 4.Российская государственная библиотека <https://www.rsl.ru/>
- 5.Электронно-библиотечная система «Знаниум»: <https://znanium.com/>
- 6.Электронно-библиотечная система «Лань» <https://e.lanbook.com/>
- 7.Электронно-библиотечная система «Консультант студента» <https://www.studentlibrary.ru/>
- 8.Электронно-библиотечная система «Национальный цифровой ресурс «Руконт» <https://lib.rucont.ru/>
- 9.Библиотека профессионала №1 <https://profspo.ru/>
- 10.Русский язык как иностранный РКИ <https://www.ros-edu.ru/>

Практическое занятие № 6

Тема: Технология проведения репутационного аудита (часть 2)

Цель: формирование у слушателей способности понимать сущность и значение информации в развитии современного информационного общества, соблюдать основные требования информационной безопасности, в том числе защиты государственной тайны; владением основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации.

Формируемая компетенция УК-3.

Актуальность темы:

Исследование, которое проводится в организации не менее одного раза в полугодие в целях изучения слабых и сильных сторон компании и маркетинговой коммуникации.

Вопросы и задания:

1. Методы проведения аудита репутации в интернете
2. Инструменты для проведения аудита репутации в интернете

Теоретическая часть:

По статистике 80% потребителей предварительно знакомятся с отзывами в мировой паутине на продукт, который им нужен. 50-70% покупателей откажутся от товара или услуги, если прочитают пару-другую критических откликов о них. Чем это опасно для Вас? Тем, что Ваши продажи упадут, дела компании пошатнутся, а конкуренты обойдут Вас в рыночной гонке. Незавидная перспектива? Во избежание печальной участи стать аутсайдером и погубить бизнес проведите-ка у себя на предприятии репутационный аудит.

Список литературы:

Перечень основной литературы:

1. Шарков Ф.И. Константы гудвилла: стиль, паблисити, репутация, имидж и бренд фирмы: учеб. пособие М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2024 biblioclub.ru/index.php?page=book&id=452896
2. Гундарин М.В. Книга руководителя отдела PR: практ. Рекомендации СПб. : Питер, 2023
3. Сальникова Л.С. Репутационный менеджмент: современные подходы и технологии: учеб. для бакалавров М.: Юрайт, 2023

Перечень дополнительной литературы:

1. Кочеткова А.В., Филиппов В.Н. Теория и практика связей с общественностью: С П б . : Питер, 2023
2. Маслова В. М. , Синяева И. М. , Синяев В. В. Сфера PR в маркетинге: учебное пособие М. : Юнити-Дана // ЭБС университетская библиотека online, 2024 <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114502>

Перечень учебно-методического обеспечения самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

1. Методические рекомендации по выполнению самостоятельной работы по дисциплине «Антикризисный PR и консалтинг». Ставрополь, 2023.
2. Методические рекомендации по выполнению лабораторных работ по дисциплине «Антикризисный PR и консалтинг». Ставрополь, 2023.

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

1. Справочная правовая система «Консультант плюс» <https://www.consultant.ru/>
2. ЭБС «Университетская библиотека онлайн». <http://biblioclub.ru>
3. Электронно-библиотечная система IPRsmart . <https://www.iprbookshop.ru/>
4. Российская государственная библиотека <https://www.rsl.ru/>
5. Электронно-библиотечная система «Знаниум»: <https://znanium.com/>
6. Электронно-библиотечная система «Лань» <https://e.lanbook.com/>
7. Электронно-библиотечная система «Консультант студента» <https://www.studentlibrary.ru/>
8. Электронно-библиотечная система «Национальный цифровой ресурс «Руконт» <https://lib.rucont.ru/>
9. Библиотека профессионала №1 <https://profspo.ru/>
10. Русский язык как иностранный РКИ <https://www.ros-edu.ru/>

Практическое занятие № 7

Тема: Технологии управления деловой репутацией компании (часть 1)

Цель: формирование у слушателей способности понимать сущность и значение информации в развитии современного информационного общества, соблюдать основные требования информационной безопасности, в том числе защиты государственной тайны; владением основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации.

Формируемая компетенция УК-3.

Актуальность темы:

Любая динамично развивающаяся компания нуждается в притоке инвестиций, поэтому повышение ее инвестиционной привлекательности — одна из важнейших стратегических задач. Реализацией таких задач занимается специальное направление PR — Investor Relations (связи с инвесторами). По сути дела, IR-специалисты тоже занимаются управлением репутации компании, при этом их основная целевая аудитория инвестиционное сообщество, а конечная цель их деятельности — привлечение инвестиций для финансирования деятельности компании.

Вопросы и задания:

1. Понятие Investor Relations.
2. Кто такие IR-специалисты?

Теоретическая часть:

Public Relation — это управление коммуникациями организации со всеми ее целевыми аудиториями с целью формирования благоприятного общественного мнения о компании и ее продукте. В то же время Investor Relations предполагают построение взаимовыгодных отношений с инвесторами, аналитиками и брокерами с целью повышения рыночной стоимости акций компании. Весь комплекс IR-инструментов направлен на своевременное, достоверное и полное информирование инвестиционного сообщества о ключевых фактах деятельности компании.

Список литературы:

Перечень основной литературы:

1. Шарков Ф.И. Константы гудвилла: стиль, паблисити, репутация, имидж и бренд фирмы: учеб. пособие М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2024 biblioclub.ru/index.php?page=book&id=452896
2. Гундарин М.В. Книга руководителя отдела PR: практ. Рекомендации СПб. : Питер, 2023
3. Сальникова Л.С. Репутационный менеджмент: современные подходы и технологии: учеб. для бакалавров М.: Юрайт, 2023

Перечень дополнительной литературы:

1. Кочеткова А.В., Филиппов В.Н. Теория и практика связей с общественностью: С П б . : Питер, 2023
2. Маслова В. М. , Синяева И. М. , Синяев В. В. Сфера PR в маркетинге: учебное пособие М. : Юнити-Дана // ЭБС университетская библиотека online, 2024 <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114502>

Перечень учебно-методического обеспечения самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

1. Методические рекомендации по выполнению самостоятельной работы по дисциплине «Антикризисный PR и консалтинг». Ставрополь, 2023.
2. Методические рекомендации по выполнению лабораторных работ по дисциплине «Антикризисный PR и консалтинг». Ставрополь, 2023.

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

- 1.Справочная правовая система «Консультант плюс» <https://www.consultant.ru/>
- 2.ЭБС «Университетская библиотека онлайн». <http://biblioclub.ru>
- 3.Электронно-библиотечная система IPRsmart . <https://www.iprbookshop.ru/>
- 4.Российская государственная библиотека <https://www.rsl.ru/>
- 5.Электронно-библиотечная система «Знаниум»: <https://znanium.com/>
- 6.Электронно-библиотечная система «Лань» <https://e.lanbook.com/>
- 7.Электронно-библиотечная система «Консультант студента» <https://www.studentlibrary.ru/>
- 8.Электронно-библиотечная система «Национальный цифровой ресурс «Руконт» <https://lib.rucont.ru/>
- 9.Библиотека профессионала №1 <https://profspo.ru/>
- 10.Русский язык как иностранный РКИ <https://www.ros-edu.ru/>

Практическое занятие № 8

Тема: Технологии управления деловой репутацией компании (часть 2)

Цель: формирование у слушателей способности понимать сущность и значение информации в развитии современного информационного общества, соблюдать основные требования информационной безопасности, в том числе защиты государственной тайны; владением основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации.

Формируемая компетенция УК-3.

Актуальность темы:

Любая динамично развивающаяся компания нуждается в притоке инвестиций, поэтому повышение ее инвестиционной привлекательности — одна из важнейших стратегических задач. Реализацией таких задач занимается специальное направление PR — Investor Relations (связи с инвесторами). По сути дела, IR-специалисты тоже занимаются управлением репутации компании, при этом их основная целевая аудитория инвестиционное сообщество, а конечная цель их деятельности — привлечение инвестиций для финансирования деятельности компании.

Вопросы и задания:

1. Понятие Public Relation.
2. Комплекс IR-инструментов

Теоретическая часть:

Public Relation — это управление коммуникациями организации со всеми ее целевыми аудиториями с целью формирования благоприятного общественного мнения о компании и ее продукте. В то же время Investor Relations предполагают построение взаимовыгодных отношений с инвесторами, аналитиками и брокерами с целью повышения рыночной стоимости акций компании. Весь комплекс IR-инструментов направлен на своевременное, достоверное и полное информирование инвестиционного сообщества о ключевых фактах деятельности компании.

Список литературы:

Перечень основной литературы:

1. Шарков Ф.И. Константы гудвилла: стиль, паблисити, репутация, имидж и бренд фирмы: учеб. пособие М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2024 biblioclub.ru/index.php?page=book&id=452896
2. Гундарин М.В. Книга руководителя отдела PR: практ. Рекомендации СПб. : Питер, 2023
3. Сальникова Л.С. Репутационный менеджмент: современные подходы и технологии: учеб. для бакалавров М.: Юрайт, 2023

Перечень дополнительной литературы:

1. Кочеткова А.В., Филиппов В.Н. Теория и практика связей с общественностью: С П б . : Питер, 2023
2. Маслова В. М. , Синяева И. М. , Синяев В. В. Сфера PR в маркетинге: учебное пособие М. : Юнити-Дана // ЭБС университетская библиотека online, 2024 <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114502>

Перечень учебно-методического обеспечения самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

1. Методические рекомендации по выполнению самостоятельной работы по дисциплине «Антикризисный PR и консалтинг». Ставрополь, 2023.
2. Методические рекомендации по выполнению лабораторных работ по дисциплине «Антикризисный PR и консалтинг». Ставрополь, 2023.

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

- 1.Справочная правовая система «Консультант плюс» <https://www.consultant.ru/>
- 2.ЭБС «Университетская библиотека онлайн». <http://biblioclub.ru>
- 3.Электронно-библиотечная система IPRsmart . <https://www.iprbookshop.ru/>
- 4.Российская государственная библиотека <https://www.rsl.ru/>
- 5.Электронно-библиотечная система «Знаниум»: <https://znanium.com/>
- 6.Электронно-библиотечная система «Лань» <https://e.lanbook.com/>
- 7.Электронно-библиотечная система «Консультант студента» <https://www.studentlibrary.ru/>
- 8.Электронно-библиотечная система «Национальный цифровой ресурс «Руконт» <https://lib.rucont.ru/>
- 9.Библиотека профессионала №1 <https://profspo.ru/>
- 10.Русский язык как иностранный РКИ <https://www.ros-edu.ru/>

Практическое занятие № 9

Тема: Технологии управления деловой репутацией руководителя (часть 1)

Цель: формирование у слушателей способности понимать сущность и значение информации в развитии современного информационного общества, соблюдать основные требования информационной безопасности, в том числе защиты государственной тайны; владением основными методами, способами и средствами получения, хранения,

переработки информации.
Формируемая компетенция УК-3.

Актуальность темы:

Изучение технологий управления репутацией лидеров бизнеса имеет смысл начать с рассмотрения общественного мнения о предпринимателях, сложившегося в нашем обществе. Несмотря на то что наша страна живет в XXI в., в массовом сознании россиян до сих пор достаточно распространено представление о бизнесе как о средстве наживы, а бизнесмен воспринимается как далеко не однозначная фигура.

Вопросы и задания:

1. Понятие Бизнесмен.
2. Понятие Предприниматель

Теоретическая часть:

Эффективно управлять деловой репутацией руководителя невозможно без четкого понимания того, какое мнение о лидере уже сложилось. Только после этого появляется возможность определить основные направления коррекции. Решению данной задачи служат анализ информационного пространства, сложившийся вокруг первого лица компании, а также репутационный аудит.

Список литературы:

Перечень основной литературы:

1. Шарков Ф.И. Константы гудвилла: стиль, паблисити, репутация, имидж и бренд фирмы: учеб. пособие М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2024 biblioclub.ru/index.php?page=book&id=452896
2. Гундарин М.В. Книга руководителя отдела PR: практ. Рекомендации СПб. : Питер, 2023
3. Сальникова Л.С. Репутационный менеджмент: современные подходы и технологии: учеб. для бакалавров М.: Юрайт, 2023

Перечень дополнительной литературы:

1. Кочеткова А.В., Филиппов В.Н. Теория и практика связей с общественностью: С П б . : Питер, 2023
2. Маслова В. М. , Синяева И. М. , Синяев В. В. Сфера PR в маркетинге: учебное пособие М. : Юнити-Дана // ЭБС университетская библиотека online, 2024 <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114502>

Перечень учебно-методического обеспечения самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

1. Методические рекомендации по выполнению самостоятельной работы по дисциплине «Антикризисный PR и консалтинг». Ставрополь, 2023.
2. Методические рекомендации по выполнению лабораторных работ по дисциплине «Антикризисный PR и консалтинг». Ставрополь, 2023.

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

1. Справочная правовая система «Консультант плюс» <https://www.consultant.ru/>
2. ЭБС «Университетская библиотека онлайн». <http://biblioclub.ru>
3. Электронно-библиотечная система IPRsmart . <https://www.iprbookshop.ru/>
4. Российская государственная библиотека <https://www.rsl.ru/>
5. Электронно-библиотечная система «Знаниум»: <https://znanium.com/>
6. Электронно-библиотечная система «Лань» <https://e.lanbook.com/>
7. Электронно-библиотечная система «Консультант студента» <https://www.studentlibrary.ru/>
8. Электронно-библиотечная система «Национальный цифровой ресурс «Руконт» <https://lib.rucont.ru/>
9. Библиотека профессионала №1 <https://profspo.ru/>

Практическое занятие № 10

Тема: Технологии управления деловой репутацией руководителя (часть 2)

Цель: формирование у слушателей способности понимать сущность и значение информации в развитии современного информационного общества, соблюдать основные требования информационной безопасности, в том числе защиты государственной тайны; владением основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации.

Формируемая компетенция УК-3.

Актуальность темы:

Изучение технологий управления репутацией лидеров бизнеса имеет смысл начать с рассмотрения общественного мнения о предпринимателях, сложившегося в нашем обществе. Несмотря на то что наша страна живет в XXI в., в массовом сознании россиян до сих пор достаточно распространено представление о бизнесе как о средстве наживы, а бизнесмен воспринимается как далеко не однозначная фигура.

Вопросы и задания:

1. Особенности коммуникационного аудита
2. Психологическая диагностика руководителя,

Теоретическая часть:

Эффективно управлять деловой репутацией руководителя невозможно без четкого понимания того, какое мнение о лидере уже сложилось. Только после этого появляется возможность определить основные направления коррекции. Решению данной задачи служат анализ информационного пространства, сложившийся вокруг первого лица компании, а также репутационный аудит.

Список литературы:

Перечень основной литературы:

1. Шарков Ф.И. Константы гудвилла: стиль, паблисити, репутация, имидж и бренд фирмы: учеб. пособие М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2024 biblioclub.ru/index.php?page=book&id=452896
2. Гундарин М.В. Книга руководителя отдела PR: практ. Рекомендации СПб. : Питер, 2023
3. Сальникова Л.С. Репутационный менеджмент: современные подходы и технологии: учеб. для бакалавров М.: Юрайт, 2023

Перечень дополнительной литературы:

1. Кочеткова А.В., Филиппов В.Н. Теория и практика связей с общественностью: С П б . : Питер, 2023
2. Маслова В. М. , Синяева И. М. , Синяев В. В. Сфера PR в маркетинге: учебное пособие М. : Юнити-Дана // ЭБС университетская библиотека online, 2024 <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114502>

Перечень учебно-методического обеспечения самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

1. Методические рекомендации по выполнению самостоятельной работы по дисциплине «Антикризисный PR и консалтинг». Ставрополь, 2023.
2. Методические рекомендации по выполнению лабораторных работ по дисциплине «Антикризисный PR и консалтинг». Ставрополь, 2023.

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»,

необходимых для освоения дисциплины

- 1.Справочная правовая система «Консультант плюс» <https://www.consultant.ru/>
- 2.ЭБС «Университетская библиотека онлайн». <http://biblioclub.ru>
- 3.Электронно-библиотечная система IPRsmart . <https://www.iprbookshop.ru/>
- 4.Российская государственная библиотека <https://www.rsl.ru/>
- 5.Электронно-библиотечная система «Знаниум»: <https://znanium.com/>
- 6.Электронно-библиотечная система «Лань» <https://e.lanbook.com/>
- 7.Электронно-библиотечная система «Консультант студента» <https://www.studentlibrary.ru/>
- 8.Электронно-библиотечная система «Национальный цифровой ресурс «Руконт» <https://lib.rucont.ru/>
- 9.Библиотека профессионала №1 <https://profspo.ru/>
- 10.Русский язык как иностранный РКИ <https://www.ros-edu.ru/>

Практическое занятие № 11

Тема: Менеджмент корпоративных медиа (часть 1)

Цель: формирование у слушателей способности понимать сущность и значение информации в развитии современного информационного общества, соблюдать основные требования информационной безопасности, в том числе защиты государственной тайны; владением основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации.

Формируемая компетенция УК-3.

Актуальность темы:

Современное информационное общество диктует новые требования к инструментам и технологиям взаимодействия в глобальном коммуникационном пространстве. Корпоративные медиа играют в этом процессе немаловажную роль. Новые подходы к пониманию роли корпоративных медиа в бренд-журналистике, глобальный фокус корпоративных коммуникаций в целом позволяют реализовывать интегративный характер технологий взаимодействия с заинтересованными сторонами в развитии бренда компании в целом.

Вопросы и задания:

1. коммуникационное пространство,
2. корпоративные медиа.

Теоретическая часть:

Развитие современного информационного общества показывает влияние на многие аспекты жизни общества, бизнеса и образования. Значительные изменения происходят в сфере коммуникаций во всех сферах. Фокус изменений лежит как в принципах наполнения контента и контекста коммуникаций, так и в используемых инструментах и технологиях. Именно поэтому важным вопросом в корпоративных коммуникациях становятся технологии бренд-журналистики в развитии корпоративных медиа.

Список литературы:

Перечень основной литературы:

1. Шарков Ф.И. Константы гудвилла: стиль, паблисити, репутация, имидж и бренд фирмы: учеб. пособие М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2024 biblioclub.ru/index.php?page=book&id=452896
2. Гундарин М.В. Книга руководителя отдела PR: практ. Рекомендации СПб. : Питер, 2023
3. Сальникова Л.С. Репутационный менеджмент: современные подходы и технологии: учеб. для бакалавров М.: Юрайт, 2023

Перечень дополнительной литературы:

1. Кочеткова А.В., Филиппов В.Н. Теория и практика связей с общественностью: С П б . : Питер, 2023

2. Маслова В. М. , Синяева И. М. , Синяев В. В. Сфера PR в маркетинге: учебное пособие М. : Юнити-Дана // ЭБС университетская библиотека online, 2024 <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114502>

Перечень учебно-методического обеспечения самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

1. Методические рекомендации по выполнению самостоятельной работы по дисциплине «Антикризисный PR и консалтинг». Ставрополь, 2023.

2. Методические рекомендации по выполнению лабораторных работ по дисциплине «Антикризисный PR и консалтинг». Ставрополь, 2023.

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

1.Справочная правовая система «Консультант плюс» <https://www.consultant.ru/>

2.ЭБС «Университетская библиотека онлайн». <http://biblioclub.ru>

3.Электронно-библиотечная система IPRsmart . <https://www.iprbookshop.ru/>

4.Российская государственная библиотека <https://www.rsl.ru/>

5.Электронно-библиотечная система «Знаниум»: <https://znanium.com/>

6.Электронно-библиотечная система «Лань» <https://e.lanbook.com/>

7.Электронно-библиотечная система «Консультант студента» <https://www.studentlibrary.ru/>

8.Электронно-библиотечная система «Национальный цифровой ресурс «Руконт» <https://lib.rucont.ru/>

9.Библиотека профессионала №1 <https://profspo.ru/>

10.Русский язык как иностранный РКИ <https://www.ros-edu.ru/>

Практическое занятие № 12

Тема: Менеджмент корпоративных медиа (часть 2)

Цель: формирование у слушателей способности понимать сущность и значение информации в развитии современного информационного общества, соблюдать основные требования информационной безопасности, в том числе защиты государственной тайны; владением основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации.

Формируемая компетенция УК-3.

Актуальность темы:

Современное информационное общество диктует новые требования к инструментам и технологиям взаимодействия в глобальном коммуникационном пространстве. Корпоративные медиа играют в этом процессе немаловажную роль. Новые подходы к пониманию роли корпоративных медиа в бренд-журналистике, глобальный фокус корпоративных коммуникаций в целом позволяют реализовывать интегративный характер технологий взаимодействия с заинтересованными сторонами в развитии бренда компании в целом.

Вопросы и задания:

1. корпоративные коммуникации
2. информационное общество,

Теоретическая часть:

Развитие современного информационного общества показывает влияние на многие аспекты жизни общества, бизнеса и образования. Значительные изменения происходят в сфере коммуникаций во всех сферах. Фокус изменений лежит как в принципах

наполнения контента и контекста коммуникаций, так и в используемых инструментах и технологиях. Именно поэтому важным вопросом в корпоративных коммуникациях становятся технологии бренд-журналистики в развитии корпоративных медиа.

Список литературы:

Перечень основной литературы:

1. Шарков Ф.И. Константы гудвилла: стиль, паблисити, репутация, имидж и бренд фирмы: учеб. пособие М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2024 biblioclub.ru/index.php?page=book&id=452896
2. Гундарин М.В. Книга руководителя отдела PR: практ. Рекомендации СПб. : Питер, 2023
3. Сальникова Л.С. Репутационный менеджмент: современные подходы и технологии: учеб. для бакалавров М.: Юрайт, 2023

Перечень дополнительной литературы:

1. Кочеткова А.В., Филиппов В.Н. Теория и практика связей с общественностью: С П б . : Питер, 2023
2. Маслова В. М. , Синяева И. М. , Синяев В. В. Сфера PR в маркетинге: учебное пособие М. : Юнити-Дана // ЭБС университетская библиотека online, 2024 <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114502>

Перечень учебно-методического обеспечения самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

1. Методические рекомендации по выполнению самостоятельной работы по дисциплине «Антикризисный PR и консалтинг». Ставрополь, 2023.
2. Методические рекомендации по выполнению лабораторных работ по дисциплине «Антикризисный PR и консалтинг». Ставрополь, 2023.

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

1. Справочная правовая система «Консультант плюс» <https://www.consultant.ru/>
2. ЭБС «Университетская библиотека онлайн». <http://biblioclub.ru>
3. Электронно-библиотечная система IPRsmart . <https://www.iprbookshop.ru/>
4. Российская государственная библиотека <https://www.rsl.ru/>
5. Электронно-библиотечная система «Знаниум»: <https://znanium.com/>
6. Электронно-библиотечная система «Лань» <https://e.lanbook.com/>
7. Электронно-библиотечная система «Консультант студента» <https://www.studentlibrary.ru/>
8. Электронно-библиотечная система «Национальный цифровой ресурс «Руконт» <https://lib.rucont.ru/>
9. Библиотека профессионала №1 <https://profspo.ru/>
10. Русский язык как иностранный РКИ <https://www.ros-edu.ru/>

Практическое занятие № 13

Тема: Корпоративные электронные ресурсы – понятие, функции и аудитория медиа

Цель: формирование у слушателей способности понимать сущность и значение информации в развитии современного информационного общества, соблюдать основные требования информационной безопасности, в том числе защиты государственной тайны; владением основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации.

Формируемая компетенция УК-3.

Актуальность темы:

Современное информационное общество диктует новые требования к инструментам и технологиям взаимодействия в глобальном коммуникационном пространстве. Корпоративные медиа играют в этом процессе немаловажную роль. Новые подходы к пониманию роли корпоративных медиа в бренд-журналистике, глобальный фокус корпоративных коммуникаций в целом позволяют реализовывать интегративный характер

технологий взаимодействия с заинтересованными сторонами в развитии бренда компании в целом.

Вопросы и задания:

1. Бренд-журналистика
2. Внутрикorporативные издания
3. Отраслевые издания.

Теоретическая часть:

Развитие современного информационного общества показывает влияние на многие аспекты жизни общества, бизнеса и образования. Значительные изменения происходят в сфере коммуникаций во всех сферах. Фокус изменений лежит как в принципах наполнения контента и контекста коммуникаций, так и в используемых инструментах и технологиях. Именно поэтому важным вопросом в корпоративных коммуникациях становятся технологии бренд-журналистики в развитии корпоративных медиа.

Список литературы:

Перечень основной литературы:

1. Шарков Ф.И. Константы гудвилла: стиль, паблисити, репутация, имидж и бренд фирмы: учеб. пособие М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2024 biblioclub.ru/index.php?page=book&id=452896
2. Гундарин М.В. Книга руководителя отдела PR: практ. Рекомендации СПб. : Питер, 2023
3. Сальникова Л.С. Репутационный менеджмент: современные подходы и технологии: учеб. для бакалавров М.: Юрайт, 2023

Перечень дополнительной литературы:

1. Кочеткова А.В., Филиппов В.Н. Теория и практика связей с общественностью: С П б . : Питер, 2023
2. Маслова В. М. , Синяева И. М. , Синяев В. В. Сфера PR в маркетинге: учебное пособие М. : Юнити-Дана // ЭБС университетская библиотека online, 2024 <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114502>

Перечень учебно-методического обеспечения самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

1. Методические рекомендации по выполнению самостоятельной работы по дисциплине «Антикризисный PR и консалтинг». Ставрополь, 2023.
2. Методические рекомендации по выполнению лабораторных работ по дисциплине «Антикризисный PR и консалтинг». Ставрополь, 2023.

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

- 1.Справочная правовая система «Консультант плюс» <https://www.consultant.ru/>
- 2.ЭБС «Университетская библиотека онлайн». <http://biblioclub.ru>
- 3.Электронно-библиотечная система IPRsmart . <https://www.iprbookshop.ru/>
- 4.Российская государственная библиотека <https://www.rsl.ru/>
- 5.Электронно-библиотечная система «Знаниум»: <https://znanium.com/>
- 6.Электронно-библиотечная система «Лань» <https://e.lanbook.com/>
- 7.Электронно-библиотечная система «Консультант студента» <https://www.studentlibrary.ru/>
- 8.Электронно-библиотечная система «Национальный цифровой ресурс «Руконт» <https://lib.rucont.ru/>
- 9.Библиотека профессионала №1 <https://profspo.ru/>
- 10.Русский язык как иностранный РКИ <https://www.ros-edu.ru/>

Практическое занятие № 14

Тема: Корпоративные электронные ресурсы – понятие, функции и аудитория медиа

(часть 2)

Цель: формирование у слушателей способности понимать сущность и значение информации в развитии современного информационного общества, соблюдать основные требования информационной безопасности, в том числе защиты государственной тайны; владением основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации.

Формируемая компетенция УК-3.

Актуальность темы:

Развитие современного информационного общества оказывает влияние на многие аспекты жизни общества, бизнеса и образования. Значительные изменения происходят в сфере коммуникаций во всех сферах. Фокус изменений лежит как в принципах наполнения контента и контекста коммуникаций, так и в используемых инструментах и технологиях. Именно поэтому важным вопросом в корпоративных коммуникациях становятся технологии бренд-журналистики в развитии корпоративных медиа.

Вопросы и задания:

1. необходимость стратегических, системных и комплексных подходов к организации коммуникации в целом;
2. необходимость работы с доступной информацией;
3. новые требования к точности и правдивости информации;
4. новые формы диалоговой коммуникации;
5. повышение значимости эмоциональной составляющей коммуникации.

Теоретическая часть:

Прежде всего нужно отметить, что само определение корпоративных медиа существенно изменилось за последнее время. Так, например, корпоративные СМИ могут пониматься как термин, который относится к системе производства, распределения, собственности и финансирования средств массовой информации, принадлежащих организации (корпорации).

Список литературы:

Перечень основной литературы:

1. Шарков Ф.И. Константы гудвилла: стиль, паблисити, репутация, имидж и бренд фирмы: учеб. пособие М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2024 biblioclub.ru/index.php?page=book&id=452896
2. Гундарин М.В. Книга руководителя отдела PR: практ. Рекомендации СПб. : Питер, 2023
3. Сальникова Л.С. Репутационный менеджмент: современные подходы и технологии: учеб. для бакалавров М.: Юрайт, 2023

Перечень дополнительной литературы:

1. Кочеткова А.В., Филиппов В.Н. Теория и практика связей с общественностью: С П б . : Питер, 2023
2. Маслова В. М. , Синяева И. М. , Синяев В. В. Сфера PR в маркетинге: учебное пособие М. : Юнити-Дана // ЭБС университетская библиотека online, 2024 <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114502>

Перечень учебно-методического обеспечения самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

1. Методические рекомендации по выполнению самостоятельной работы по дисциплине «Антикризисный PR и консалтинг». Ставрополь, 2023.
2. Методические рекомендации по выполнению лабораторных работ по дисциплине «Антикризисный PR и консалтинг». Ставрополь, 2023.

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

- 1.Справочная правовая система «Консультант плюс» <https://www.consultant.ru/>
- 2.ЭБС «Университетская библиотека онлайн». <http://biblioclub.ru>
- 3.Электронно-библиотечная система IPRsmart . <https://www.iprbookshop.ru/>
- 4.Российская государственная библиотека <https://www.rsl.ru/>
- 5.Электронно-библиотечная система «Знаниум»: <https://znanium.com/>
- 6.Электронно-библиотечная система «Лань» <https://e.lanbook.com/>
- 7.Электронно-библиотечная система «Консультант студента» <https://www.studentlibrary.ru/>
- 8.Электронно-библиотечная система «Национальный цифровой ресурс «Руконт» <https://lib.rucont.ru/>
- 9.Библиотека профессионала №1 <https://profspo.ru/>
- 10.Русский язык как иностранный РКИ <https://www.ros-edu.ru/>

Практическое занятие № 15

Тема: Антикризисные коммуникации как инструмент защиты репутации

Цель: формирование у слушателей способности понимать сущность и значение информации в развитии современного информационного общества, соблюдать основные требования информационной безопасности, в том числе защиты государственной тайны; владением основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации.

Формируемая компетенция УК-3.

Актуальность темы:

Управление рисками не может быть эффективным, если отсутствует понимание возможных источников кризиса. Именно поэтому главной профилактической мерой в предупреждении кризиса является подробный анализ видов возможных кризисов и источников их появления, поскольку каждая ситуация требует особых подходов и технологий в коммуникациях.

Вопросы и задания:

1. Внешние факторы.
2. Внутренние факторы.

Теоретическая часть:

Кризисная ситуация заставляет специалиста по репутационному менеджменту работать в напряженном режиме, поскольку ему необходимо участвовать в PRсопровождении всех решений и шагов компании по преодолению кризиса. Хорошо известна истина: правильно сообщить о возникших трудностях — значит наполовину решить проблему

Список литературы:

Перечень основной литературы:

1. Шарков Ф.И. Константы гудвилла: стиль, паблисити, репутация, имидж и бренд фирмы: учеб. пособие М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2024 biblioclub.ru/index.php?page=book&id=452896
2. Гундарин М.В. Книга руководителя отдела PR: практ. Рекомендации СПб. : Питер, 2023
3. Сальникова Л.С. Репутационный менеджмент: современные подходы и технологии: учеб. для бакалавров М.: Юрайт, 2023

Перечень дополнительной литературы:

1. Кочеткова А.В., Филиппов В.Н. Теория и практика связей с общественностью: С П б . : Питер, 2023
2. Маслова В. М. , Синяева И. М. , Синяев В. В. Сфера PR в маркетинге: учебное пособие М. : Юнити-Дана // ЭБС университетская библиотека online, 2024 <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114502>

Перечень учебно-методического обеспечения самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

1. Методические рекомендации по выполнению самостоятельной работы по дисциплине «Антикризисный PR и консалтинг». Ставрополь, 2023.
2. Методические рекомендации по выполнению лабораторных работ по дисциплине «Антикризисный PR и консалтинг». Ставрополь, 2023.

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

1. Справочная правовая система «Консультант плюс» <https://www.consultant.ru/>
2. ЭБС «Университетская библиотека онлайн». <http://biblioclub.ru>
3. Электронно-библиотечная система IPRsmart . <https://www.iprbookshop.ru/>
4. Российская государственная библиотека <https://www.rsl.ru/>
5. Электронно-библиотечная система «Знаниум»: <https://znanium.com/>
6. Электронно-библиотечная система «Лань» <https://e.lanbook.com/>
7. Электронно-библиотечная система «Консультант студента» <https://www.studentlibrary.ru/>
8. Электронно-библиотечная система «Национальный цифровой ресурс «Руконт» <https://lib.rucont.ru/>
9. Библиотека профессионала №1 <https://profspo.ru/>
10. Русский язык как иностранный РКИ <https://www.ros-edu.ru/>

Практическое занятие № 16

Тема: Антикризисные коммуникации как инструмент защиты репутации (часть 2)

Цель: формирование у слушателей способности понимать сущность и значение информации в развитии современного информационного общества, соблюдать основные требования информационной безопасности, в том числе защиты государственной тайны; владением основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации.

Формируемая компетенция УК-3.

Актуальность темы:

Управление рисками не может быть эффективным, если отсутствует понимание возможных источников кризиса. Именно поэтому главной профилактической мерой в предупреждении кризиса является подробный анализ видов возможных кризисов и источников их появления, поскольку каждая ситуация требует особых подходов и технологий в коммуникациях.

Вопросы и задания:

1. Этапы построения эффективных каналов коммуникации.
2. Контроль ситуации.

Теоретическая часть:

Кризисная ситуация заставляет специалиста по репутационному менеджменту работать в напряженном режиме, поскольку ему необходимо участвовать в PRсопровождении всех решений и шагов компании по преодолению кризиса. Хорошо известна истина: правильно сообщить о возникших трудностях — значит наполовину решить проблему

Список литературы:

Перечень основной литературы:

1. Шарков Ф.И. Константы гудвилла: стиль, паблисити, репутация, имидж и бренд фирмы: учеб. пособие М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2024 biblioclub.ru/index.php?page=book&id=452896
2. Гундарин М.В. Книга руководителя отдела PR: практ. Рекомендации СПб. : Питер, 2023
3. Сальникова Л.С. Репутационный менеджмент: современные подходы и технологии: учеб. для бакалавров М.: Юрайт, 2023

Перечень дополнительной литературы:

1. Кочеткова А.В., Филиппов В.Н. Теория и практика связей с общественностью: С П б . : Питер, 2023

2. Маслова В. М. , Синяева И. М. , Синяев В. В. Сфера PR в маркетинге: учебное пособие М. : Юнити-Дана // ЭБС университетская библиотека online, 2024 <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114502>

Перечень учебно-методического обеспечения самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

1. Методические рекомендации по выполнению самостоятельной работы по дисциплине «Антикризисный PR и консалтинг». Ставрополь, 2023.

2. Методические рекомендации по выполнению лабораторных работ по дисциплине «Антикризисный PR и консалтинг». Ставрополь, 2023.

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

1.Справочная правовая система «Консультант плюс» <https://www.consultant.ru/>

2.ЭБС «Университетская библиотека онлайн». <http://biblioclub.ru>

3.Электронно-библиотечная система IPRsmart . <https://www.iprbookshop.ru/>

4.Российская государственная библиотека <https://www.rsl.ru/>

5.Электронно-библиотечная система «Знаниум»: <https://znanium.com/>

6.Электронно-библиотечная система «Лань» <https://e.lanbook.com/>

7.Электронно-библиотечная система «Консультант студента» <https://www.studentlibrary.ru/>

8.Электронно-библиотечная система «Национальный цифровой ресурс «Руконт» <https://lib.rucont.ru/>

9.Библиотека профессионала №1 <https://profspo.ru/>

10.Русский язык как иностранный РКИ <https://www.ros-edu.ru/>

Вопросы к экзамену по дисциплине
«Управление репутацией и антикризисные коммуникации
в цифровой среде»

1. Понятие стратегия. *Классификации стратегий.*
2. Понятие коммуникация. *Виды коммуникации.*
3. Понятие стратегическая коммуникация. *Основные задачи концепции стратегической коммуникации.*
4. Понятие стратегического мышления. *Какими характеристиками владеет стратегическое мышление.*
5. Человеческая деятельность, взаимодействующая со стратегической коммуникацией. *В каких сферах и для чего необходимо взаимодействие.*
6. Основные подходы к стратегической коммуникации. *Теоретические основания к стратегической коммуникации.*
7. Факторы, влияющие на стратегическую коммуникацию. *Основные процессы в стратегической коммуникации.*
8. Важнейшие задачи при стратегическом планировании на предприятии. *Иерархия стратегического планирования на предприятии.*
9. Этапы стратегического планирования на предприятии. *Цели и задачи стратегического планирования на предприятии.*
10. Понятие стратегическое планирование. *Сущность и признаки стратегического планирования.*
11. Структуры стратегического планирования. *Основные компоненты стратегического планирования*
12. Основные цели и характеристики при стратегическом планировании территориального развития. *Анализ представлений о территориальном планировании в системе стратегического управления.*
13. Понятие операционное планирование. *Задачи операционного планирования.*
14. Цели и функции операционного планирования. *Преимущества операционного планирования.*
15. Типы и особенности стратегий. *Придуманные и непредвиденные стратегии.*
16. Определения придуманным и непредвиденным стратегиям. *В чём их различия.*
17. Основные факторы, формирующие стратегию. *Внутренние и внешние факторы.*
18. Школа стратегий. *Основные школы стратегий: школа дизайна, школа планирования, школа позиционирования, школа предпринимательства, когнитивная школа, школа обучения, школа власти, школа культуры, школа внешней среды, школа конфигурации.*
19. Понятие анализ. *Функции анализа в стратегической коммуникации.*
20. Виды анализа. *Стратегический анализ, STEP, STEEP, STEPLE-анализа, анализ посредников, ситуационный анализ организации, SWOT анализ, стратегический стоимостный анализ, анализ слепых зон.*
21. Инструменты стратегической коммуникации. *Методы стратегической коммуникации.*
22. Миссия, видение и кредо. *Определение и сущность.*
23. Конкурентное преимущество. *Виды и критерии конкурентных преимуществ.*
24. Группы общественности. *Классификации и типологии групп общественности.*
25. Определение Stakeholder relations. *Функции и задачи Stakeholder relations.*

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ**
**Федеральное государственное автономное образовательное
учреждение высшего образования**
«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Методические рекомендации
по организации и проведению самостоятельной работы
по дисциплине
«Управление репутацией и антикризисные коммуникации в
цифровой среде»
для студентов специальности 40.05.01 Правовое обеспечение
национальной безопасности
специализация «Уголовно-правовая»

Ставрополь, 2026

1. Введение

Методические рекомендации к самостоятельной работе студентов по дисциплине «Управление репутацией и антикризисные коммуникации в цифровой среде» разработаны в соответствии с рабочей программой дисциплины по специальности 40.05.01 «Правовое обеспечение национальной безопасности», специализация «Уголовно-правовая» и включают в себя изучение основных понятий, категорий и принципов в сфере управления репутацией и антикризисные коммуникации.

Целью изучения дисциплины «Управление репутацией и антикризисные коммуникации в цифровой среде» является формирование у слушателей способности понимать сущность и значение информации в развитии современного информационного общества, соблюдать основные требования информационной безопасности, в том числе защиты государственной тайны; владением основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации.

Образовательные задачи курса:

- формирование блока прикладных знаний в сфере социальных сетей, истории и специфики их развития, их влияния на социально-общественные связи; сущности и значения информации в развитии современного информационного общества и взаимосвязи с личной, профессиональной и корпоративной репутацией; основных методов и приемов продвижения информации в социальных сетях; правовых и этических норм регулирования деятельности в сети Интернет;

- умение распознавать опасности и угрозы, возникающие в процессе информационно-коммуникационного взаимодействия в социальных сетях; определять оптимальную социальную сеть для наиболее эффективной коммуникации с целевой аудиторией; использовать инструменты социальных сетей для достижения коммуникативных целей и анализа результата; работать с конфликтами в социальных сетях и минимизировать репутационные риски как личные, так и угрожающие корпоративной репутации;

- получение навыков разработки и реализации SMM-стратегии; навыков оценки эффективности реализации SMM-стратегии, необходимой для выстраивания позитивной цифровой репутации; навык создания и запуска информационных кампаний в социальных сетях и отслеживания их эффективности, необходимых для выстраивания диалога в социальных сетях; навык управления информационными конфликтами, следуя общечеловеческим гуманистическим принципам, кодексу профессиональной этики и социальной ответственности.

Формой итогового контроля знаний студентов является зачет, в ходе которого оценивается уровень теоретических знаний и навыки решения практических задач.

Курс рассчитан на один семестр (2) и включает лекции (12 часов), практические занятия (24 часов). Отчетность: зачет во 2-ом семестре.

Требования к результатам освоения дисциплины. Процесс изучения дисциплины направлен на формирование у студентов следующих компетенций:

ИД-3УК-3 – анализирует возможные последствия личных действий в социальном взаимодействии и командной работе, и строит продуктивное взаимодействие с учетом этого

ИД-4УК-3 – осуществляет обмен информацией, знаниями и опытом с членами команды; оценивает идеи других членов команды для достижения поставленной цели

ИД-5УК-3 – соблюдает нормы и установленные правила командной работы; несет личную ответственность за результат, реализует инклюзивный подход в социальном и профессиональном взаимодействии.

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать:

- основные понятия репутационного менеджмента;
- основные задачи управления репутацией;
- основные понятия, категории и инструменты проведения репутационного аудита;
- основные подходы и принципы формирования нужного информационного пространства;
- инструменты мониторинга СМИ.

Уметь: анализировать результаты трудовой деятельности, корректировать репутационную политику организации, развивать толерантность сотрудников.

Владеть: навыками аргументации при выборе стратегии формирования и поддержания репутации.

На первом этапе необходимо ознакомиться с рабочей программой дисциплины, в которой рассмотрено содержание тем дисциплины лекционного курса, взаимосвязь тем лекций с лабораторными и практическими занятиями, темы и виды самостоятельной работы.

Цель самостоятельной работы студентов в процессе изучения литературы по предложенным темам: научить работать с учебным материалом по дисциплине «Теория и практика стратегических коммуникаций».

Задачи самостоятельной работы: систематизация и сопоставление полученных знаний; развитие познавательной деятельности.

Цель самостоятельной работы студентов в процессе составления презентаций к предложенным темам - сформировать умения выполнять различные виды работы. Задача - сформировать и развить навыки ведения самостоятельной работы и овладения методикой составления презентаций при получении теоретических знаний.

Таким образом, самостоятельная работа приобщает к научному и исследовательскому творчеству, поиску и анализу требуемого материала.

3. План-график выполнения самостоятельной работы

	Наименование тем дисциплины, их краткое содержание; вид самостоятельной работы	Форма контроля	Зачетные единицы (часы)
	2 семестр		
1.	Понятие деловой репутации	Опрос, проверка результатов выполненного задания	5
2.	Что такое цифровая репутация	Опрос, проверка результатов выполненного задания	5
3.	Целевая аудитория в сети	Опрос, проверка	5

		результатов выполненного задания	
4.	Стратегия управления цифровой репутацией	Опрос, проверка результатов выполненного задания	5
5.	Стратегия управления профессиональной репутацией в сети на примерах (бизнесмены, госслужащие, ученые)	Опрос, проверка результатов выполненного задания	5
6.	Технологии управления деловой репутацией компании	Опрос, проверка результатов выполненного задания	5
7.	Управление конфликтами в социальных сетях	Опрос, проверка результатов выполненного задания	7
8.	Антикризисные коммуникации как инструмент защиты репутации	Опрос, проверка результатов выполненного задания	8
	Итого		45 часов

Для выполнения самостоятельной работы необходимо пользоваться литературой, которая предложена в списке рекомендуемой литературы, Интернет-ресурсами или другими источниками по усмотрению студента.

При изучении дисциплины предусматриваются следующие формы самостоятельной работы студента: конспектирование текста с последующим собеседованием и выполнение письменного задания.

4. Методические рекомендации по изучению теоретического материала

Целью теоретической части является закрепление и углубление теоретических знаний, полученных слушателем в процессе прослушивания лекций, самостоятельного изучения материала согласно рабочей программе курса «Управление репутацией и антикризисные коммуникации в цифровой среде». Чтение основной и дополнительной литературы по курсу с конспектированием по разделам.

Самостоятельная работа при чтении учебной литературы начинается с изучения конспекта материала, полученного при слушании лекций преподавателя. Полученную информацию необходимо осмыслить. При необходимости, в конспект лекций могут быть внесены схемы, другая дополнительная информация. При изучении нового материала также составляется конспект. Сжато излагается самое существенное в данном материале.

Работа с электронными ресурсами в сети Интернет.

Для повышения эффективности самостоятельной работы студент должен уметь работать в поисковой системе сети Интернет и использовать найденную информацию при подготовке к занятиям. Поиск информации можно вести по автору, заглавию, виду издания, году издания, издательству. Также в сети Интернет доступна услуга по скачиванию методических указаний и учебных пособий, подбору необходимой научной литературы.

Конспектирование и реферирование первоисточника и научно-исследовательской литературы.

Конспект представляет собой дословные выписки из текста источника. При этом необходимо понимать, что конспект – это не полное переписывание чужого текста. Необходимо знать, что при написании конспекта сначала прочитывается текст – источник, в нём выделяются основные положения, подбираются примеры, идёт перекомпоновка материала, а уже затем оформляется текст конспекта. Конспект может быть полным, когда

работа идёт со всем текстом источника или неполным, когда интерес представляет какой-либо один или несколько вопросов, затронутых в источнике.

Реферирование — это сложный творческий процесс, в основе которого лежит умение выделить главную информацию из текста первоисточника. Реферирование — процесс аналитически-синтетической обработки информации, которая заключается в анализе первичного документа, нахождении значимых в смысловом отношении данных (основных положений, фактов, доведите день, результатов, выводов) Реферирование имеет целью сократить физический объем первичного документа при сохранении его основного смыслового содержания, используется в научной, издательской, информационной и библиографической деятельности.

5. Методические указания (по видам работ, предусмотренных рабочей программой дисциплины)

Виды самостоятельной работы: подготовка к практическим и семинарским занятиям, подготовка к собеседованию, работа с литературными источниками и вопросами для самопроверки, подготовка к экзамену.

Формы самостоятельной работы: - письменная (конспектирование), письменно-устная (написание конспектов с последующим выступлением на семинаре); устная (работа с литературой, подготовка к сдаче экзамена); - индивидуальная (выступление), групповая (дискуссия). Методы контроля самостоятельной работы преподавателем: - оценка выступления, грамотное и последовательное раскрытие основных вопросов заданной темы; - оценка презентации, учитывающая умение выразить личную позицию автора по поставленной проблеме, излагать ее последовательно и логично, формулировать и обосновывать собственные суждения. Надлежащее выполнение студентами заданий для самостоятельной работы способствует формированию и развитию профессионально значимых знаний, навыков и компетенций

Вопросы к собеседованию приведены в Фонде оценочных средств рабочей программы дисциплины.

6. Методические указания по подготовке к экзамену

Процедура проведения экзамена осуществляется в соответствии с «Положением о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по образовательным программам высшего образования в СКФУ».

В экзаменационный билет включаются два вопроса: первый — для проверки уровня знаний, второй — для проверки умений и навыков. Каждый из них содержит формулировку базового и повышенного уровня сформированности компетенций (повышенный уровень выделен курсивом).

Для подготовки по билету отводится 30 минут.

При подготовке к ответу студенту предоставляется право пользования рабочими программами, методическими материалами.

Текущая аттестация студентов проводится преподавателями, ведущими практические занятия по дисциплине, в следующих формах:

- собеседование;
- доклад;
- сообщение.

Критерии оценивания конспектов для собеседования, докладов и сообщений приведены в Фонде оценочных средств по дисциплине «Управление репутацией и антикризисные коммуникации в цифровой среде».

Допуск к практическим занятиям происходит при наличии у студентов конспектов источников и научной литературы. Работа с указанными материалами проходит в форме ответов студента по выполненным конспектам и ответов на вопросы преподавателя.

Максимальное количество баллов студент получает, если он активно участвует в работе, владеет материалом, умеет четко и логично излагать свои мысли, творчески подходит к решению основных вопросов темы, показывает самостоятельность мышления, его конспект полностью соответствует установленным требованиям, устные ответы полностью раскрывают суть проблематики практического занятия.

Основанием для снижения оценки являются:

- отсутствие или невыполнение конспектов источников и научной литературы;
- слабое знание темы и основной терминологии;
- пассивность участия в групповой работе;
- отсутствие умения применять теоретические знания для решения практических задач;
- частичное или полное незнание ответов на вопросы преподавателя.

Студент может быть отправлен на доработку практического занятия в следующих случаях:

- при отсутствии или невыполнении конспектов источников и научной литературы;
- при частичном или полном незнании ответов на вопросы преподавателя.

7. Список литературы, использованной при составлении методических рекомендаций

Перечень основной литературы:

1. Шарков Ф.И. Константы гудвилла: стиль, паблисити, репутация, имидж и бренд фирмы: учеб. пособие М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2024 biblioclub.ru/index.php?page=book&id=452896
2. Гундарин М.В. Книга руководителя отдела PR: практ. Рекомендации СПб. : Питер, 2023
3. Сальникова Л.С. Репутационный менеджмент: современные подходы и технологии: учеб. для бакалавров М.: Юрайт, 2023

Перечень дополнительной литературы:

1. Кочеткова А.В., Филиппов В.Н. Теория и практика связей с общественностью: С П б . : Питер, 2023
2. Маслова В. М. , Синяева И. М. , Синяев В. В. Сфера PR в маркетинге: учебное пособие М. : Юнити-Дана // ЭБС университетская библиотека online, 2024 <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114502>

Перечень учебно-методического обеспечения самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

1. Методические рекомендации по выполнению самостоятельной работы по дисциплине «Антикризисный PR и консалтинг». Ставрополь, 2023.
2. Методические рекомендации по выполнению лабораторных работ по дисциплине «Антикризисный PR и консалтинг». Ставрополь, 2023.

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

- 1.Справочная правовая система «Консультант плюс» <https://www.consultant.ru/>
- 2.ЭБС «Университетская библиотека онлайн». <http://biblioclub.ru>
- 3.Электронно-библиотечная система IPRsmart . <https://www.iprbookshop.ru/>
- 4.Российская государственная библиотека <https://www.rsl.ru/>
- 5.Электронно-библиотечная система «Знаниум»: <https://znanium.com/>
- 6.Электронно-библиотечная система «Лань» <https://e.lanbook.com/>
- 7.Электронно-библиотечная система «Консультант студента» <https://www.studentlibrary.ru/>

8. Электронно-библиотечная система «Национальный цифровой ресурс «Руконт»
<https://lib.rucont.ru/>
9. Библиотека профессионала №1 <https://profspo.ru/>
10. Русский язык как иностранный РКИ <https://www.ros-edu.ru/>