

**МИНОБРНАУКИ РОССИИ**



Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
**«Российский государственный гуманитарный университет»  
(ФГБОУ ВО «РГГУ»)**

Кафедра телевизионных, радио и интернет технологий

**Репутационный менеджмент в глобальном медиа пространстве**

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

Направление подготовки 41.03.05 «Международные отношения»  
Направленность (профиль) «Международные отношения в Евразии: Россия и Турция в  
современной Евразии (внешняя политика, общество, культура)»

Уровень квалификации выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная

РПД адаптирована для лиц  
с ограниченными возможностями  
здоровья и инвалидов

Москва 2019

## **Репутационный менеджмент в глобальном медиа пространстве**

Рабочая программа дисциплины

Составитель:

Канд.экон.наук Ярных В.И.

**УТВЕРЖДЕНО**

Протокол заседания кафедры

№ 9 от 30.05.2019 г.

## **ОГЛАВЛЕНИЕ**

### **1. Пояснительная записка**

#### 1.1 Цель и задачи дисциплины

#### 1.2. Формируемые компетенции, соотнесённые с планируемыми результатами обучения по дисциплине

#### 1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

### **2. Структура дисциплины**

### **3. Содержание дисциплины**

### **4. Образовательные технологии**

### **5. Оценка планируемых результатов обучения**

#### 5.1. Система оценивания

#### 5.2. Критерии выставления оценок

#### 5.3. Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

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

#### 6.1. Список источников и литературы

#### 6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

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

### **8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов**

### **9. Методические материалы**

#### 9.1. Планы практических занятий

#### 9.2. Методические рекомендации по подготовке письменных работ

#### 9.3 Методические рекомендации по проведению занятий для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов.

## **Приложения**

### Приложение 1. Аннотация дисциплины

## 1. Пояснительная записка

### 1.1. Цель и задачи дисциплины

*Цель:* Познакомить студентов с ключевыми аспектами репутационного менеджмента в современных медиа, его ролью в современной экономике и в современном медиа пространстве.

*Задачи:*

- изучение основных принципов и понятий репутационного менеджмента ;
- изучение возможности влияния на него с помощью современных медиа;
- изучение средств, функций и методов медиа- коммуникаций в управлении личной репутацией и репутацией компании;
- знакомство с навыками эффективного общения и практической работы в медиа- среде.

### Место курса в структуре основной образовательной программы

Дисциплина «Репутационный менеджмент в глобальном медиа пространстве» является частью цикла базовых дисциплин учебного плана по направлению подготовки 41.03.05 Международные отношения

Для освоения дисциплины необходимы компетенции, сформированные в ходе изучения следующих дисциплин и прохождения практик: «Введению в профессию», «Основы толерантности», «Социальные процессы на евразийском пространстве», « Ключевые фокусы и технологии коммуникаций в межкультурном пространстве»

В результате освоения дисциплины (модуля) формируются компетенции, необходимые для изучения следующих дисциплин и прохождения практик: «Международные индексы и рейтинги», «Информационная безопасность в глобальном медиа пространстве», «Первая производственная практика».

1.2. Формируемые компетенции, соотнесённые с планируемыми результатами обучения по дисциплине (модулю):

Коды компетенции	Содержание компетенций	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
ПК-17	Способность понимать основы регулирования международных	<i>Знать:</i> понятие управления репутацией, её средства и свойства;

	<p>конфликтов использованием дипломатических, политико- психологических, социально- экономических и силовых методов</p>	<p>с базовые принципы формирования системы репутации в современной медиа среде, специфику взаимодействия в различных типах медиа, особенности национальных медиамodelей и реалии функционирования российских</p> <p>и <i>Уметь:</i> ориентироваться в мировых тенденциях развития медиаотрасли, быть осведомленным в области важнейших инновационных практик в сфере массмедиа; анализировать основные тенденции формирования социальной структуры современного общества; ориентироваться в различных сферах жизни общества, которые являются объектом освещения в СМИ. (ОПК-6)</p> <p><i>Владеть:</i> методами сбора информации, ее проверки и анализа быть осведомленным в области важнейших инновационных практик в сфере массмедиа; умением работать с коллегами и партнерами и инструментами коммуникаций; инструментами и технологиями развития и поддержки системы личной, профессиональной и корпоративной репутации.</p>
--	---	---

## 2. СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ ДЛЯ ОЧНОЙ ФОРМЫ ОБУЧЕНИЯ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 з. е., 72 ч., в том числе контактная работа обучающихся с преподавателем 28 ч., самостоятельная работа обучающихся 44 ч.

№ п/п	Раздел Дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)				Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра) Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
				лекции	лаб.	семина.	сам.раб.	
1.	Введение в предмет. Репутационный менеджмент как система. Драйверы глобального мира	2	2-4	3			6	
2.	Современное медиа пространство, его влияние на личную, профессиональную и корпоративную репутацию. Система репутационного менеджмента	2	5-7	3		2	10	
3.	Особенности национальной медиамоделей и реалии функционирования российских СМИ. Международные медиамоделей. Инструменты влияния в медиа.	2	8-9	2		2	8	Сдача рефератов
4.	Влияние на общество и общественное мнение с помощью СМИ	2	10-14	4		4	10	Сдача рефератов.

5.	Механизмы формирования репутации в современном медиaprостранстве.	2	15-18	4		4	10	Презентации групповой работы
	Промежуточная аттестация							зачет
	ВСЕГО			16		12	44	

### 3. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

№	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела дисциплины
1	Введение в предмет. Репутационный менеджмент как система. Драйверы глобального мира	Структурные элементы медиасистемы. Понятие репутационного менеджмента. Тенденции развития современных медиакommunikаций. Драйверы развития медиа. Взаимодействие с репутационным контентом.
2	Современное медиа пространство, его влияние на личную, профессиональную и корпоративную репутацию. Система репутационного менеджмента	Особенности крупнейших зарубежных национальных систем СМИ; мировые тенденции развития медиаотрасли. Современные концепции личной, профессиональной и корпоративной репутации.
3	Особенности национальной медиамодели и реалии функционирования российских СМИ. Международные медиамодели. Инструменты влияния в медиа.	Отличительные черты различных средств массовой информации (пресса, телевидение, радиовещание, информационные агентства, интернет-СМИ, мобильные медиа). Инструменты и технологии влияния в медиа.
4	Влияние на общество и общественное мнение с помощью СМИ	Характер воздействия СМИ; взаимодействие потребительской аудитории и СМИ; СМИ и их влияние на общественное сознание; особенности влияния прессы, радио, телевидения, интернета и рекламы. Решение репутационных проблем.

5	Механизмы формирования репутации в современном медиапространстве.	Личная, профессиональная и корпоративная репутация. Представленность в медиа. Формы, технологии и инструменты формирования, развития и поддержки репутации в медиа пространстве.
---	---	--

#### 4. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ И ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

<i>№ п/п</i>	<i>Наименование раздела</i>	<i>Виды учебной работы</i>	<i>Образовательные и информационные технологии</i>
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>5</i>
<i>1</i>	Введение в предмет. Репутационный менеджмент как система. Драйверы глобального мира	<i>Лекции 1-2.</i>	<i>Вводная лекция с использованием видео-материалов.</i>
<i>2.</i>	Современное медиа пространство, его влияние на личную, профессиональную и корпоративную репутацию. Система репутационного менеджмента	<i>Лекции 3-4</i>  <i>Семинар 1.</i>  <i>Самостоятельная работа</i>	<i>Лекция, сопровождаемая презентацией.</i> <i>Развернутая беседа</i>  <i>Консультирование</i>
<i>3.</i>	Особенности национальной медиамодели и реалии функционирования российских СМИ. Международные медиамодели. Инструменты влияния в медиа.	<i>Лекция 5-6.</i>  <i>Семинар 2.</i>	<i>Лекция-визуализация с применением презентации</i>  <i>Темы рефератов.</i>
<i>4.</i>	Влияние на общество и общественное мнение с помощью СМИ	<i>Лекции 7-8</i> <i>Семинар 3.</i>  <i>Самостоятельная работа</i>	<i>Лекция, сопровождаемая презентацией.</i> <i>Развернутая беседа</i>  <i>Консультирование</i>



5	Механизмы формирования репутации в современном медиапространстве.	Лекция 9-10.  Семинары 4-6.  Самостоятельная работа	Лекция-визуализация с применением презентации  Консультирование и проверка домашних заданий. Темы рефератов.
---	---	---	---

## 5. Фонд оценочных средств для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины

### 5.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения дисциплины

№ п/п	Контролируемые разделы дисциплины (модуля)	Наименование оценочного средства
1.	Особенности национальной медиа модели и реалии функционирования российских СМИ. Международные медиа модели. Инструменты влияния в медиа.	Рефераты.
2.	Влияние на общество и общественное мнение с помощью СМИ	Рефераты
3	Механизмы формирования репутации в современном медиапространстве.	Презентации

### 5.2. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности

Текущий контроль осуществляется в виде сдачи рефератов. Максимальная оценка данного задания - 60 баллов.

Промежуточный контроль знаний проводится в форме презентации научной работы и оценивается до 40 баллов. В результате текущего и промежуточного контроля знаний студенты получают зачет по курсу.

Форма контроля	Срок отчетности	Макс. количество баллов	
		За одну работу	Всего
Текущий контроль:			

-опрос	5,6, 9,10,11,13 недели	5 баллов	20 баллов
Рефераты	7,8,12,14 недели	10 баллов	40 баллов
Промежуточная аттестация (зачет )	15-17 неделя		40 баллов
Итого за семестр (дисциплину)			100 баллов

Оценка «зачтено» выставляется обучающемуся, набравшему не менее 50 баллов в результате суммирования баллов, полученных при текущем контроле и промежуточной аттестации. Полученный совокупный результат (максимум 100 баллов) конвертируется в традиционную шкалу оценок и в шкалу оценок Европейской системы переноса и накопления кредитов (European Credit Transfer System; далее – ECTS) в соответствии с таблицей:

100-балльная шкала	Традиционная шкала		Шкала ECTS
95 – 100	Отлично	зачтено	A
83 – 94			B
68 – 82	Хорошо		C
56 – 67	удовлетворительно		D
50 – 55			E
20 – 49	неудовлетворительно	не зачтено	FX
0 – 19			F

### 5.3. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

#### Текущий контроль

При оценивании рефератов учитываются:

- полнота выполненной работы (полнота представленной информации, структурированность и логичность информации) – 20-30 баллов;
- достижение цели работы (0-10 баллов);
- контент работы (грамотность речи, точность использования терминологии и символики, логическая последовательность изложения (0-20 баллов);

#### Промежуточная аттестация (зачет)

При проведении промежуточной аттестации студент должен текст научной работы и представить презентацию этой работы.

При оценке презентации научной работы учитывается:

- раскрытие темы работы (0 – 10 баллов)
- оформление письменной работы (0 – 10 баллов)
- грамотность изложения материала (0 – 10 баллов)

- оформление презентации (0 – 10 баллов)

**5.4. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности.**

1. Специфика управления репутацией в современном медиа пространстве
2. Репутация в современном медиа пространстве.
3. Инструменты и технологии управления личной и профессиональной репутацией в современном медиа пространстве.
4. Инструменты и технологии управления корпоративной репутацией.  
Важность и значимость репутации для компании в сегодняшнем мире.
5. Инструменты влияния в современном медиа пространстве.
6. Использование специфических навыков коммуникации при создании и трансляции корпоративной репутации.
7. Стереотип – обобщенное представление об окружающей действительности.
8. Роль положительных и отрицательных стереотипов в жизни социума.
9. Манипуляция как способ коммуникативного воздействия репутации.
10. Управление средствами массовой информации и информацией для создания и поддержания позитивной репутации.
11. Формирование собственного информационного потока в управлении репутацией.
12. Сегментирование информационного потока, манипулирование информацией в управлении репутацией.
13. Приоритетная поставка информации, информационное партнёрство
14. Оптимизация формы и стиля подачи информационных материалов при управлении репутацией.
15. Роль личной и профессиональной репутации в карьере современного человека.

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

**6.1. Список источников и литературы**

## ИСТОЧНИКИ

### Основные:

1. Закон Российской Федерации от 27.12.1991 №2124-1 «О средствах массовой информации» (действующая редакция от 24.11.2014)

## ЛИТЕРАТУРА

### Основная:

1. Бакулев, Геннадий Петрович. Массовая коммуникация : западные теории и концепции : учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 071103 "Продюсерство кино и телевидения" / Г. П. Бакулев. - 2-е изд., перераб. и доп. - М. : Аспект Пресс, 2010. - 191 с. ;
2. Гостенина, Валентина Ивановна. Социология массовой коммуникации [Электронный ресурс] : Учебник. - 2 ; перераб. - Москва ; Москва : Альфа-М : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2013.
3. Вартанова Е.Л. Основы медиабизнеса. Учебник. М.Аспект-Пресс, 2014 - 400с.
4. Засурский Я.Н. СМИ России. М. Аспект-Пресс.,2011, - 292с.
5. Иванченко, Галина Владимировна. Системный анализ культурной динамики : рос. масс-медиа, 1885-2005 / Г. В. Иванченко, В. П. Рыжов, Ю. В. Рыжов. - М. : Сообщество проф. социологов, 2011. - 199 с
6. Качкаева А.Г. Журналистика и конвергенция: почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные. М., 2010. – 200 с.
7. Лазуткина, Екатерина Валерьевна. Проблемно-объектный комплекс регулирования новостной информации в блогосфере Рунета / Е. В. Лазуткина. - Астрахань : Волга, 2011. - 163 с.
8. Мицкевич, Эллен. Телевидение, власть и общество / Эллен Мицкевич ; пер. с англ. О. Сандс. - Москва : Аспект Пресс, 2013. – 236 с
9. Рева В.Е. Управление репутацией.:/ УЧЕБНОЕ ПОСОБИЕ – М., Изд.-торговая корпорация «Дашков и К», 2015 – 136 с.
10. Шарков, Феликс Изосимович. Константы гудвилла : стиль, паблисити, репутация, имидж и бренд фирмы : учеб. пособие / Ф. И. Шарков ; Междунар. акад. бизнеса и упр., Ин-т соврем. коммуникац. систем и технологий. - 2-е изд. - Москва : Дашков : Изд-во Шаркова, 2012. - 271 с

### Дополнительная:

1. И.В. Зиновьев «Журналистика в информационном обществе: технологические итоги и творческие перспективы»  
Опубликовано: Известия Уральского федерального университета. Серия 1: Проблемы образования, науки и культуры. – 2012. – № 1(98). С. 14–20
2. Вартанова Е. Л. К чему ведет конвергенция в СМИ. - М.: Аспект-Пресс, 1999.- 245с.
3. Лукина М.М. Технология интервью. М.: Аспект-Пресс, 2012.- 287с.
3. Энциклопедический словарь. Под общ. ред. А.А. Бодалева
4. Дзялошинский И.М. , Дзялошинская М.И. Российские СМИ: Как создается образ врага  
(статьи разных лет)
1. Лобанова, Юлия Владимировна. Массовые коммуникации как фактор социокультурной глобализации : автореф. дис. ... канд. филос. наук. - Москва, 2012. - 28 с.
2. Луман, Никлас. Реальность массмедиа / Никлас Луман ; [пер. с нем. А. Ю. Антоновского]. - Москва : Канон+, Реабилитация, 2012. - 239 с. :
3. Новикова Анна Алексеевна. Телевизионная реальность : экранная интерпретация действительности / А. А. Новикова ; Нац. исслед. ун-т "Высш. шк. экономики". - Москва : Изд. дом Высш. шк. экономики, 2013. - 235 с.

4. Шик, Зигфрид. Коммуникация и пиар в организации : [пер. с нем.] / Зигфрид Шик ; [науч. ред. Киселевой А. А.]. - Харьков : Гуманитар. центр, 2012. - 262 с

## СПРАВОЧНЫЕ И ИНФОРМАЦИОННЫЕ ИЗДАНИЯ

1. Библиографическая база данных «Ingenta» - <http://www.ingenta.com/>
2. Базы данных «ИНИОН» - <http://www.inion.ru/>

### **6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимый для освоения дисциплины**

1. Научный журнал «Медиаскоп» [www.mediascope.ru](http://www.mediascope.ru)
2. Информационно-аналитический бюллетень "МедиаТренды" [www.Mediatrends](http://www.Mediatrends)
3. Портал о медиабизнесе «Media Guide» <http://mediaguide.ru/>

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

Материально-техническое обеспечение дисциплины базируется на ресурсах специализированного компьютерного класса «Визианариума» (528 ауд., 6 кор.). Класс укомплектован мультимедийным проектором, компьютером, экраном. Необходимое программное обеспечение: программы Microsoft Office (Word, Power Point)

### **8. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся**

#### **8.1. Планы семинарских занятий. Методические указания по организации и проведению**

**Тема 1. (2ч.) Глобальное развитие коммуникаций в медиапространстве. Драйверы глобального мира. Репутация в современном медиа пространстве**

**Цель занятия:** закрепление знаний о современных трендах развития медиакommunikаций в глобальном пространстве. Понимание значения репутации для социума

**Форма проведения – дискуссия**

**Вопросы для обсуждения:**

1. Развитие коммуникаций в современном мире
2. Драйверы развития глобального мира.
3. Типы современных коммуникаций
4. Значимость репутации для различных объектов социума.

**Контрольные вопросы:**

1. Подходы к пониманию медиаконвергенции
2. Формы реализации коммуникации в современных медиа . Драйверы развития мира
3. Теория 5-ти экранов. Теория 3А.

4. Понятие репутации в современном мире. Значимость репутации. Влияние современной медиа среды на личную, профессиональную и корпоративную репутацию.

Список литературы:

Основная

1. Баранова Е.А. Конвергентная журналистика: теория и практика. Учебное пособие для бакалавриата и магистратуры. М., Юрайт, 2014 – 264с.
2. Вартанова Е.Л. Основы медиабизнеса. Учебник. М.Аспект-Пресс, 2014 - 400с.
3. Качкаева А.Г. Журналистика и конвергенция: почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные. М., 2010. – 200 с.
4. Лукина М.М. Интернет СМИ. Теория и практика. М. Аспект-Пресс., 2010, - 350с.
5. Шарков, Феликс Изосимович. Константы гудвилла : стиль, паблисити, репутация, имидж и бренд фирмы : учеб. пособие / Ф. И. Шарков ; Междунар. акад. бизнеса и упр., Ин-т соврем. коммуникац. систем и технологий. - 2-е изд. - Москва : Дашков : Изд-во Шаркова, 2012. - 271 с

Дополнительная:

1. Лобанова, Юлия Владимировна. Массовые коммуникации как фактор социокультурной глобализации : автореф. дис. ... канд. филос. наук. - Москва, 2012. - 28 с.
2. Луман, Никлас. Реальность массмедиа / Никлас Луман ; [пер. с нем. А. Ю. Антоновского]. - Москва : Канон+, Реабилитация, 2012. - 239 с. :

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

1. Научный журнал «Медиаскоп» [www.mediascope.ru](http://www.mediascope.ru)
2. Информационно-аналитический бюллетень "МедиаТренды" [www.Mediatrends](http://www.Mediatrends)
3. Портал о медиабизнесе «Media Guide» <http://mediaguide.ru/>

Материально-техническое обеспечение занятия.

Специализированный компьютерный класс «Визианариум» (528 ауд., 6 кор.).

## **Тема 2. (4ч.) Медиасистемы. Репутационные эффекты**

**Цель занятия:** закрепление знаний о глобальных процессах в медиа пространстве

**Форма проведения – дискуссия**

**Вопросы для обсуждения:**

1. Понятие глобализации и глобализма. Глобализация и локализация. Тенденции баланса
2. Типологии СМИ. Масс-медиа, общество и репутация.
3. Типы и виды репутации. Позитивные и негативные репутационные эффекты.

**Контрольные вопросы:**

1. Глобальное и локальное в медиа

2. Развитие разных типов СМИ в современном медиа пространстве. Особенности российского медиа пространства
3. Возможности для развития и формирования репутации в современных медиа.

#### **Список литературы:**

##### **Основная**

1. Баранова Е.А. Конвергентная журналистика: теория и практика. Учебное пособие для бакалавриата и магистратуры. М., Юрайт, 2014 – 264с.
2. Качкаева А.Г. Журналистика и конвергенция: почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные. М., 2010. – 200 с.
3. Лукина М.М. Интернет СМИ. Теория и практика. М. Аспект-Пресс., 2010, - 350с.
4. Шарков, Феликс Изосимович. Константы гудвилла : стиль, паблисити, репутация, имидж и бренд фирмы : учеб. пособие / Ф. И. Шарков ; Междунар. акад. бизнеса и упр., Ин-т соврем. коммуникац. систем и технологий. - 2-е изд. - Москва : Дашков : Изд-во Шаркова, 2012. - 271 с

##### **Дополнительная:**

1. Лобанова, Юлия Владимировна. Массовые коммуникации как фактор социокультурной глобализации : автореф. дис. ... канд. филос. наук. - Москва, 2012. - 28 с.
2. Луман, Никлас. Реальность массмедиа / Никлас Луман ; [пер. с нем. А. Ю. Антоновского]. - Москва : Канон+, Реабилитация, 2012. - 239 с. :

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

1. Научный журнал «Медиаскоп» [www.mediascope.ru](http://www.mediascope.ru)
  2. Информационно-аналитического бюллетень "МедиаТренды" [www.Mediatrends](http://www.Mediatrends)
  3. Портал о медиабизнесе «Media Guide» <http://mediaguide.ru/>
- Материально-техническое обеспечение занятия.

Специализированный компьютерный класс «Визианариум» (528 ауд., 6 кор.)

### **Тема 3. (4ч.) Инструменты и технологии формирования и развития репутации в современном информационном пространстве.**

Цель занятия: закрепление знаний и трендах развития современных коммуникаций, закрепление аналитических навыков изучения информации, закрепление знаний и навыков формирования, развития и поддержки репутации

Форма проведения – презентация результатов групповой работы по анализу контента глобальной медиа повестки. Анализ работы репутаций медиа персон и транснациональных и национальных корпораций

#### **Список литературы:**

##### **Основная**

1. Вартанова Е.Л. Основы медиабизнеса. Учебник. М.Аспект-Пресс, 2014 - 400с.
2. Засурский Я.Н. СМИ России. М. Аспект-Пресс., 2011, - 292с.

3. Иванченко, Галина Владимировна. Системный анализ культурной динамики : рос. масс-медиа, 1885-2005 / Г. В. Иванченко, В. П. Рыжов, Ю. В. Рыжов. - М. : Сообщество проф. социологов, 2011. - 199 с
4. Качаева А.Г. Журналистика и конвергенция: почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные. М., 2010. – 200 с.
5. Шарков, Феликс Изосимович. Константы гудвилла : стиль, паблисити, репутация, имидж и бренд фирмы : учеб. пособие / Ф. И. Шарков ; Междунар. акад. бизнеса и упр., Ин-т соврем. коммуникац. систем и технологий. - 2-е изд. - Москва : Дашков : Изд-во Шаркова, 2012. - 271 с

Дополнительная:

1. Новикова Анна Алексеевна. Телевизионная реальность : экранная интерпретация действительности / А. А. Новикова ; Нац. исслед. ун-т "Высш. шк. экономики". - Москва : Изд. дом Высш. шк. экономики, 2013. - 235 с.

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

4. Научный журнал «Медиаскоп» [www.mediascope.ru](http://www.mediascope.ru)
5. Информационно-аналитического бюллетень "МедиаТренды" [www.Mediatrends](http://www.Mediatrends)
6. Портал о медиабизнесе «Media Guide» <http://mediaguide.ru/>

Материально-техническое обеспечение занятия.

Специализированный компьютерный класс «Визианариум» (528 ауд., 6 кор.).

#### **Тема 4. (4 ч.)**

**Цель занятия:** закрепление представлений о современных концепциях медиа воздействия, также технологиях взаимодействия в медиа пространстве. Презентация механизмов формирования и развития репутационных эффектов.

Форма проведения – презентация научной работы. Выступление с докладом на тему научной работы.

Список литературы:

Основная

1. Бакулев, Геннадий Петрович. Массовая коммуникация : западные теории и концепции : учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 071103 "Продюсерство кино и телевидения" / Г. П. Бакулев. - 2-е изд., перераб. и доп. - М. : Аспект Пресс, 2010. - 191 с. ;
2. Гостенина, Валентина Ивановна. Социология массовой коммуникации [Электронный ресурс] : Учебник. - 2 ; перераб. - Москва ; Москва : Альфа-М : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2013. - 336 с. - ISBN 978-5-98281-338-1.
3. Вартанова Е.Л. Основы медиабизнеса. Учебник. М.Аспект-Пресс, 2014 - 400с.
4. Засурский Я.Н. СМИ России. М. Аспект-Пресс.,2011, - 292с.
5. Шарков, Феликс Изосимович. Константы гудвилла : стиль, паблисити, репутация, имидж и бренд фирмы : учеб. пособие / Ф. И. Шарков ; Междунар. акад. бизнеса и упр., Ин-т соврем. коммуникац. систем и технологий. - 2-е изд. - Москва : Дашков : Изд-во Шаркова, 2012. - 271 с



Дополнительная:

1. И.В. Зиновьев «Журналистика в информационном обществе: технологические итоги и творческие перспективы»  
Опубликовано: Известия Уральского федерального университета. Серия 1: Проблемы образования, науки и культуры. – 2012. – № 1(98). С. 14–20

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

6. Научный журнал «Медиаскоп» [www.mediascope.ru](http://www.mediascope.ru)
7. Информационно-аналитического бюллетень "МедиаТренды" [www.Mediatrends](http://www.Mediatrends)
8. Портал о медиабизнесе «Media Guide» <http://mediaguide.ru/>

Материально-техническое обеспечение занятия.

Специализированный компьютерный класс «Визианариум» (528 ауд., 6 кор.).

## 8.2. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Вид работы	Содержание Основные вопросы	Трудоем кость самостоя т. работы (в часах)	Рекомендации
Подготовка к лекциям №1, 2	Введение в предмет. Репутационный менеджмент как система. Драйверы глобального мира	5	Список литературы: 1. Баранова Е.А. Конвергентная журналистика: теория и практика. Учебное пособие для бакалавриата и магистратуры. М., Юрайт, 2014 – 264с. 2. Вартанова Е.Л. Основы медиабизнеса. Учебник. М.Аспект-Пресс, 2014 - 400с. 3. Качкаева А.Г. Журналистика и конвергенция: почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные. М., 2010. – 200 с. 4. Шарков, Феликс Изосимович. Константы гудвилла : стиль, паблисити, репутация, имидж и бренд фирмы : учеб. пособие / Ф. И. Шарков ; Междунар. акад. бизнеса и упр., Ин-т соврем. коммуникац. систем и технологий. - 2-е изд. - Москва : Дашков : Изд-во Шаркова, 2012. - 271 с
Подготовка к лекциям №3, 4	Современное медиа пространство, его влияние на личную, профессиональную и корпоративную репутацию. Система репутационного менеджмента	5	Список литературы: 1. Лобанова, Юлия Владимировна. Массовые коммуникации как фактор социокультурной глобализации : автореф. дис. ... канд. филос. наук. - Москва, 2012. - 28 с.

Подготовка к семинару №1		5	<p>2. Луман, Никлас. Реальность массмедиа / Никлас Луман ; [пер. с нем. А. Ю. Антоновского]. - Москва : Канон+, Реабилитация, 2012. - 239 с. :</p> <p>3. Шарков, Феликс Изосимович. Константы гудвилла : стиль, паблисити, репутация, имидж и бренд фирмы : учеб. пособие / Ф. И. Шарков ; Междунар. акад. бизнеса и упр., Ин-т соврем. коммуникац. систем и технологий. - 2-е изд. - Москва : Дашков : Изд-во Шаркова, 2012. - 271 с</p> <p>Консультация преподавателя</p>
Подготовка к лекции № 5	Особенности национальной медиамодели и реалии функционирования российских СМИ. Международные медиамодели. Инструменты влияния в медиа.	5	<p>Список литературы:</p> <p>1. Лазуткина, Екатерина Валерьевна. Проблемно-объектный комплекс регулирования новостной информации в блогосфере Рунета / Е. В. Лазуткина. - Астрахань : Волга, 2011. - 163 с.</p> <p>2. Мицкевич, Эллен. Телевидение, власть и общество / Эллен Мицкевич ; пер. с англ. О. Сандс. - Москва : Аспект Пресс, 2013. - 236</p> <p>Консультация преподавателя</p>
Подготовка к лекциям № 6-8	Влияние на общество и общественное мнение с помощью СМИ	5	<p>Список литературы:</p> <p>1. Лазуткина, Екатерина Валерьевна. Проблемно-объектный комплекс регулирования новостной информации в блогосфере Рунета / Е. В. Лазуткина. - Астрахань : Волга, 2011. - 163 с.</p> <p>2. Мицкевич, Эллен. Телевидение, власть и общество / Эллен Мицкевич ; пер. с англ. О. Сандс. - Москва : Аспект Пресс, 2013. - 236</p> <p>Консультация преподавателя. Подготовка презентаций</p>
Подготовка к лекциям № 9-10 Подготовка к семинарам №4-6	Механизмы формирования репутации в современном медиапространстве.	10	Работа над текстом научной работы, докладом и презентацией
<b>Итого по дисциплине</b>		<b>40</b>	

### 8.3. Методические рекомендации по подготовке письменных работ

### **Требования к содержанию научной работы:**

- материал, использованный в научной работе, должен относиться строго к выбранной теме;
- необходимо изложить основные аспекты проблемы не только грамотно, но и в соответствии с той или иной логикой (хронологической, тематической, событийной и др.)

### **Структура научной работы.**

1. Титульный лист
2. Содержание
3. Основной часть
4. Список источников и литературы. Оформление Списка источников и литературы должно соответствовать требованиям библиографических стандартов

### **Объем и технические требования, предъявляемые к выполнению научной работы.**

Объем работы должен быть, как правило, не менее 12 страниц. Работа должна выполняться через одинарный интервал 12 шрифтом, размеры оставляемых полей: левое - 25 мм, правое - 15 мм, нижнее - 20 мм, верхнее - 20 мм. Страницы должны быть пронумерованы.

Расстояние между названием части реферата или главы и последующим текстом должно быть равно трем интервалам. Фразы, начинающиеся с "красной" строки, печатаются с абзацным отступом от начала строки, равным 1 см.

При цитировании необходимо соблюдать следующие правила:

- текст цитаты заключается в кавычки и приводится без изменений, без произвольного сокращения цитируемого фрагмента (пропуск слов, предложений или абзацев допускается, если не влечет искажения всего фрагмента, и обозначается многоточием, которое ставится на месте пропуска) и без искажения смысла;
- каждая цитата должна сопровождаться ссылкой на источник, библиографическое описание которого должно приводиться в соответствии с требованиями библиографических стандартов.

### **Структура и содержание доклада**

Введение - это вступительная часть научно-исследовательской работы. Автор должен приложить все усилия, чтобы в этом небольшом по объему разделе показать актуальность темы, раскрыть практическую значимость ее, определить цели и задачи эксперимента или его фрагмента.

Основная часть. В ней раскрывается содержание доклада.

В основной части могут быть также представлены схемы, диаграммы, таблицы, рисунки и т.д.

В заключении содержатся итоги работы, выводы, к которым пришел автор, и рекомендации. Заключение должно быть кратким, обязательным и соответствовать поставленным задачам.

### **Требования к оформлению доклада**

Объем доклада может колебаться в пределах 3 печатных страниц;

Доклад должен быть выполнен грамотно, с соблюдением культуры изложения.

Доклад сопровождается презентацией, выполненной в программе Power Point.

### **Аннотация дисциплины**

Дисциплина «Репутационный менеджмент в глобальном медиа пространстве» является частью цикла базовых дисциплин учебного плана по направлению подготовки 41.03.05 Международные отношения.

Дисциплина реализуется на кафедре стран постсоветского зарубежья Института постсоветских и межрегиональных исследований кафедрой телевизионных, радио- и интернет- технологий.

*Цель:* Познакомить студентов с ключевыми аспектами репутационного менеджмента в современных медиа, его ролью в современной экономике и в современном медиа пространстве.

*Задачи:*

- изучение основных принципов и понятий репутационного менеджмента ;
- изучение возможности влияния на него с помощью современных медиа;
- изучение средств, функций и методов медиа- коммуникаций в управлении личной репутацией и репутацией компании;
- знакомство с навыками эффективного общения и практической работы в медиа-среде.

*Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:*

ПК-17 Способность понимать основы регулирования международных конфликтов с использованием дипломатических, политико-психологических, социально-экономических и силовых методов

*В результате освоения дисциплины обучающийся должен:*

*Знать:*

- понятие репутационного менеджмента;
- базовые принципы формирования системы репутации в современной медиа среде, специфику взаимодействия в различных типах медиа, особенности национальных медиамodelей и реалии функционирования российских СМИ.

*Уметь:*

- ориентироваться в мировых тенденциях развития медиаотрасли, быть осведомлённым в области важнейших инновационных практик в сфере массмедиа и инструментов репутационного менеджмента.

- анализировать основные тенденции формирования социальной структуры современного общества;
- ориентироваться в различных сферах жизни общества, которые являются объектом освещения в СМИ и которые влияют на личную и корпоративную репутацию.

*Владеть:*

- методами сбора информации, ее проверки и анализа быть осведомленным в области важнейших инновационных практик в сфере массмедиа;
- инструментами и технологиями развития и поддержки системы личной, профессиональной и корпоративной репутации

Рабочей программой предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме рефератов и презентации научной работы, промежуточная аттестация в форме зачета.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетных единиц, 72 часа.

# ЛИСТ ИЗМЕНЕНИЙ

№	Текст актуализации или прилагаемый к РПД документ, содержащий изменения	Дата	№ протокола
1	Приложение №1	14.06.2016	
2	Приложение №2	10.06.2017 г.	
3	Приложение №3	06.06.2018 г	
4	Приложение №4	27.06.2020	

**Состав программного обеспечения (ПО), современных профессиональных баз данных (БД) и информационно-справочных систем (ИСС) (2016 г.)**

**1. Перечень ПО**

*Таблица 1*

№п/п	Наименование ПО	Производитель	Способ распространения (лицензионное или свободно распространяемое)
1	Adobe Master Collection CS4	Adobe	лицензионное
2	Microsoft Office 2010	Microsoft	лицензионное
3	Windows 7 Pro	Microsoft	лицензионное

**2. Перечень БД и ИСС**

*Таблица 2*

№п/п	Наименование
1	Международные реферативные наукометрические БД, доступные в рамках национальной подписки в 2016 г. Scopus
2	Профессиональные полнотекстовые БД, доступные в рамках национальной подписки в 2016 г. Журналы Oxford University Press SAGE Journals Журналы Taylor and Francis
3	Профессиональные полнотекстовые БД JSTOR Издания по общественным и гуманитарным наукам
4	Компьютерные справочные правовые системы Консультант Плюс, Гарант



**Состав программного обеспечения (ПО), современных профессиональных баз данных (БД) и информационно-справочных систем (ИСС) (2017 г.)**

**1. Перечень ПО**

*Таблица 1*

№п/п	Наименование ПО	Производитель	Способ распространения (лицензионное или свободно распространяемое)
1	Adobe Master Collection CS4	Adobe	лицензионное
2	Microsoft Office 2010	Microsoft	лицензионное
3	Windows 7 Pro	Microsoft	лицензионное

**2. Перечень БД и ИСС**

*Таблица 2*

№п/п	Наименование
	Международные реферативные наукометрические БД, доступные в рамках национальной подписки в 2017 г. Web of Science Scopus
	Профессиональные полнотекстовые БД, доступные в рамках национальной подписки в 2017 г. Журналы Oxford University Press ProQuest Dissertation & Theses Global SAGE Journals Журналы Taylor and Francis
	Профессиональные полнотекстовые БД JSTOR Издания по общественным и гуманитарным наукам
	Компьютерные справочные правовые системы Консультант Плюс, Гарант

**Состав программного обеспечения (ПО), современных профессиональных баз данных (БД) и информационно-справочных систем (ИСС) (2018 г.)**

**1. Перечень ПО**

*Таблица 1*

№п/п	Наименование ПО	Производитель	Способ распространения (лицензионное или свободно распространяемое)
1	Adobe Master Collection CS4	Adobe	лицензионное
2	Microsoft Office 2010	Microsoft	лицензионное
3	Windows 7 Pro	Microsoft	лицензионное
4	Microsoft Office 2013	Microsoft	лицензионное
5	Windows 10 Pro	Microsoft	лицензионное
6	Kaspersky Endpoint Security	Kaspersky	лицензионное

**2. Перечень БД и ИСС**

*Таблица 2*

№п/п	Наименование
	Международные реферативные наукометрические БД, доступные в рамках национальной подписки в 2018 г. Web of Science Scopus
	Профессиональные полнотекстовые БД, доступные в рамках национальной подписки в 2018 г. Журналы Cambridge University Press ProQuest Dissertation & Theses Global SAGE Journals Журналы Taylor and Francis Электронные издания издательства Springer
	Профессиональные полнотекстовые БД JSTOR Издания по общественным и гуманитарным наукам
	Компьютерные справочные правовые системы Консультант Плюс, Гарант

### 1. Образовательные технологии (к п.4 на 2020 г.)

В период временного приостановления посещения обучающимися помещений и территории РГГУ. для организации учебного процесса с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий могут быть использованы следующие образовательные технологии:

- видео-лекции;
- онлайн-лекции в режиме реального времени;
- электронные учебники, учебные пособия, научные издания в электронном виде и доступ к иным электронным образовательным ресурсам;
- системы для электронного тестирования;
- консультации с использованием телекоммуникационных средств.

### 2. Перечень БД и ИСС (к п. 6.2 на 2020 г.)

№п /п	Наименование
1	Международные реферативные наукометрические БД, доступные в рамках национальной подписки в 2020 г. Web of Science Scopus
2	Профессиональные полнотекстовые БД, доступные в рамках национальной подписки в 2020 г. Журналы Cambridge University Press  ProQuest Dissertation & Theses Global  SAGE Journals  Журналы Taylor and Francis
3	Профессиональные полнотекстовые БД JSTOR  Издания по общественным и гуманитарным наукам  Электронная библиотека Grebennikon.ru
4	Компьютерные справочные правовые системы Консультант Плюс,  Гарант

### 3. Состав программного обеспечения (ПО) (к п. 7 на 2020 г.)

№п /п	Наименование ПО	Производитель	Способ распространения (лицензионное или
----------	-----------------	---------------	--

			<i>свободно распространяемое)</i>
2	Microsoft Office 2010	Microsoft	лицензионное
3	Windows 7 Pro	Microsoft	лицензионное
9	Microsoft Office 2013	Microsoft	лицензионное
11	Microsoft Office 2013	Microsoft	лицензионное
12	Windows 10 Pro	Microsoft	лицензионное
14	Microsoft Office 2016	Microsoft	лицензионное
17	Zoom	Zoom	лицензионное