

**МИНИСТЕРСТВО ТРАНСПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**  
**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ**  
**УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**  
**«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ТРАНСПОРТА»**  
**(РУТ (МИИТ))**



Рабочая программа дисциплины (модуля),  
как компонент образовательной программы  
высшего образования - программы магистратуры  
по направлению подготовки  
38.04.01 Экономика,  
утвержденной первым проректором РУТ (МИИТ)  
Тимониным В.С.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

**Защита репутации компании**

Направление подготовки: 38.04.01 Экономика

Направленность (профиль): Экономическая безопасность

Форма обучения: Заочная

Рабочая программа дисциплины (модуля) в виде  
электронного документа выгружена из единой  
корпоративной информационной системы управления  
университетом и соответствует оригиналу

Простая электронная подпись, выданная РУТ (МИИТ)  
ID подписи: 751862  
Подписал: И.о. заведующего кафедрой Панько Юлия  
Владимировна  
Дата: 31.05.2023

## 1. Общие сведения о дисциплине (модуле).

Целью курса «Защита репутации компании» является освоение знаний и формирование компетенций в соответствии с требованиями самостоятельно устанавливаемых образовательных стандартов по направлению 38.04.01 Экономика и формирование представления о сущности делового имиджа компании, как универсальной деятельности по изучению и проектированию репутационной политики, роли деловой репутации в обеспечении экономической безопасности компании, а также ознакомление обучающихся с современными репутационными технологиями и формирование навыков использования коммуникационных средств и коммуникативных приемов в корпоративном репутационном PR.

Основными задачами учебной дисциплины являются:

- формирование у студентов знаний о сущности, объекте и многообразии видов современного репутационного менеджмента, и их специфики;
- освоение методов репутационного аудита организации;
- формирование знаний в области репутационных угроз и рисков, методов их выявления и разработки программ защиты репутации компании;
- выработка практических навыков создания рекламных и PR- программ формирования имиджа;
- освоение методов запуска и обеспечения сопровождения стратегии управления, продвижения или корректировки репутации организации;
- формирование навыков управления репутацией первого лица организации;
- формирование имиджа и репутации территории (города, края / области, региона)

## 2. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю).

Перечень формируемых результатов освоения образовательной программы (компетенций) в результате обучения по дисциплине (модулю):

**УК-2** - Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла.

Обучение по дисциплине (модулю) предполагает, что по его результатам обучающийся будет:

### **Знать:**

- социальные, экономические и политические причины возникновения и развития связей с общественностью как профессии и отрасли бизнеса;

-вопросы регулирования деятельности в сфере связей с общественностью: правовое обеспечение связей с общественностью; кодексы профессионального поведения специалиста; неформальные способы регулирования в области связей с общественностью;

-основные экспертные площадки;

- особенности процесса влияния деятельности служб связей с общественностью на общественное мнение; на формирование репутации;

-каналы выхода на различные аудитории при формировании репутации: СМИ, мероприятия и акции, документы;

-стратегию и тактику управления репутацией;

-стратегию и тактику использования СМИ при управлении репутацией;

• основные виды имиджевых документов в связях с общественностью;

• методы исследования в области связей с общественностью;

• международные и национальные профессиональные объединения специалистов в области связей с общественностью.

• предпосылки возникновения репутационного менеджмента;

• отличие репутации от имиджа;

• основные стратегии построения и защиты репутации;

• особенности формирования репутации в отличие от имиджа;

#### **Уметь:**

-планировать рабочие репутационные и имиджевые мероприятия;

-работать с информационными и имиджевыми корпоративными документами;

- проводить исследования в области связей с общественностью;

-разрабатывать коммуникационные и информационные кампании в СМИ, медиа-программы;

-применять на практике профессиональные стандарты во взаимоотношениях со СМИ

-оценивать условия коммуникации;

-выстраивать коммуникационное поле и потоки компании;

-самостоятельно выбирать эффективную стратегию управления корпоративной репутацией;

#### **Владеть:**

основными понятиями по данной дисциплине;

навыком мониторинга информационного окружения.

3. Объем дисциплины (модуля).

3.1. Общая трудоемкость дисциплины (модуля).

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 2 з.е. (72 академических часа(ов)).

3.2. Объем дисциплины (модуля) в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении учебных занятий:

Тип учебных занятий	Количество часов	
	Всего	Сем. №2
Контактная работа при проведении учебных занятий (всего):	8	8
В том числе:		
Занятия лекционного типа	4	4
Занятия семинарского типа	4	4

3.3. Объем дисциплины (модуля) в форме самостоятельной работы обучающихся, а также в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении промежуточной аттестации составляет 64 академических часа (ов).

3.4. При обучении по индивидуальному учебному плану, в том числе при ускоренном обучении, объем дисциплины (модуля) может быть реализован полностью в форме самостоятельной работы обучающихся, а также в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении промежуточной аттестации.

#### 4. Содержание дисциплины (модуля).

##### 4.1. Занятия лекционного типа.

№ п/п	Тематика лекционных занятий / краткое содержание
1	Раздел 1. Понятие, содержание и методы управления репутацией  Тема 1. Концептуальные основы репутационного менеджмента. Социальный феномен и понятие репутации. Репутационные технологии. Виды репутации: индивидуальные репутации, коллективные репутации. Социально-психологический феномен

№ п/п	Тематика лекционных занятий / краткое содержание
	<p>репутации. Нематериальный актив корпоративной репутации и её ценность. Репутация как свойства и черты субъекта. Репутация как проявленные характеристики в практической деятельности субъекта. Репутация как оценка целевой аудитории. Особенности репутации. Проблема позиционирования корпоративной социальной ответственности. Деловая репутация и репутация, вырабатываемая в условиях неделовой обстановки. Репутация как компонент гудвилла ("goodwill").</p> <p>Тема 2. Механизмы управления репутацией.</p> <p>Стратегический анализ и репутационный менеджмент. Репутация как средство повышения доверия к субъекту коммуникации. заинтересованность и увеличение доверия как ключевые механизмы репутационного менеджмента. Репутация как средство интенсификации коммуникации между субъектом репутации и общественностью. Альтернативные подходы к управлению корпоративными репутациями. Основные факторы, влияющие на выбор данных подходов. Основные этапы оценки корпоративного имиджа и репутации. Проблема изменения корпоративной репутации. Основные элементы стратегического менеджмента по изменению корпоративной репутации. Характеристика возможных моделей изменения корпоративной репутации. Программа корпоративного позиционирования: проблемы разработки и реализации. Основные задачи управления по изменению корпоративной репутации.</p> <p>Тема 3. Особенности управления репутацией территории.</p> <p>Имидж, репутация и бренд территории в современном мире. Разработка стратегий развития регионов и городов, поиск путей роста их конкурентоспособности как факторы разработки программ продвижения имиджа и формирования репутации территорий. Территориальная индивидуальность. Особенности и ресурсы территории (природные и экологические, официальные, финансово-экономические, институциональные и административно-политические, инновационные и информационные, социальные и демографические). Территориальная индивидуальность и конкурентные преимущества.</p> <p>Территория как товар и как мегапредприятие. Методика анализа имиджа и репутации территории. Заказчики репутационного менеджмента территории. Институты, формирующие репутацию территории (органы федеральной, региональной и муниципальной власти, политические партии и движения, средства массовой информации, профессиональные объединения и союзы, организации культуры и науки, выставочно-ярмарочные организации, рекламные и PR-агентства, региональные производители товаров и услуг и т. д.). Основные аудитории, для которых создается репутация территории (постоянные / потенциальные жители, инвесторы / бизнес, деловые посетители, туристы). Закономерности и противоречия, связанные с процессом формирования имиджа и репутации территории. Выработка стратегии формирования или коррекции репутации территории. Инструменты формирования имиджа и репутации территории. Разработка официальной символики (герб, флаг, гимн и т. д.). Информационные кампании, PR, реклама. Специальные региональные Интернет-сайты. Организация выставок, ярмарок. Массовые мероприятия, фестивали (спортивные, культурные). Организация конференций, симпозиумов. Публикация достоверной статистической отчетности. Активная инвестиционная политика. Активная инновационная политика. Прогрессивное законодательство, налоговые льготы. Лоббирование.</p>
2	<p><b>Раздел 2. Управление репутацией в системе экономической безопасности компании</b></p> <p>Тема 4. Репутация как ресурс управления.</p> <p>Разработка репутационной политики организации. Определение репутационных характеристик и факторов, влияющих на процесс создания корпоративной репутации. Стратегия удачного конкурентного позиционирования корпоративной репутации: проблемы создания и развития. Корпоративная культура и её значение в создании корпоративной репутации. Использование вторичных ассоциаций для улучшения корпоративной репутации. Корпоративная коммуникация и её роль в формировании репутации компании. Кризис репутационной политики организации: причины появления и возможности разрешения. Антикризисная репутационная система управления: вопросы анализа ситуации и принятия антикризисных решений. Репутационная безопасность: технология разработки и</p>

№ п/п	Тематика лекционных занятий / краткое содержание
	<p>реализации. Создание кризисной коммуникационной стратегии и её основные этапы: информационная реакция; беседа с журналистами; демонстрация сожаления. Коммуникационные стратегии защиты благоприятной репутации.</p> <p>Тема 5. Методы формирования репутации. Методы управления репутацией и ее изменения  Теоретический уровень разработки репутационных технологий: определение и применение общих и специальных социальных законов. Анализ и использование общих методов и принципов управленческой науки. Систематизация, классификация и технологии создания и упрочения корпоративной репутации. Практический уровень разработки репутационных технологий: определение компонентов системы коммуникационного менеджмента и их внедрение применительно к конкретному случаю управления репутациями. Выработка алгоритма последовательности применения сочетаемости компонентов и других условий последовательного воздействия как на конкретного субъекта репутации, так и на целевую аудиторию. Основные правила разработки прикладной технологии репутационного менеджмента. Диагностика и мониторинг целевых аудиторий. Особенности выборки целевой аудитории. Правило определения оптимальных характеристик субъективных репутации.</p> <p>Определение каналов взаимодействия между субъектами и общественностью. Определение способов воздействия на целевую аудиторию. Организация самого процесса воздействия. Систематический замер реакции аудитории на воздействие. Корректировка управляющего воздействия. Прекращение управляющих воздействий в случае приведения аудитории в ожидаемое состояние. Слежение за целевой аудиторией для обнаружения возможных отклонений в сторону от желаемого состояния и т.д. Инструментарий коммуникационных стратегий защиты репутации и выработка антикризисного поведения субъекта. Возможные конкретные технологии поведения субъекта в условиях кризиса.</p> <p>Тема 6. Методы оценки корпоративного имиджа и репутации.  Проблема определения совокупного корпоративного имиджа и репутации. Использование качественных и количественных методов исследования при анализе конкретной ситуации. Качественная оценка корпоративной репутации со стороны корпоративной аудитории. Значение моральных качеств в процессе создания корпоративной репутации. Разновидности качественного анализа: управленческий самоанализ; углубленное интервьюирование; фокус-группы. Количественный анализ как метод описания корпоративной репутации. Основные методы количественного анализа. Абсолютные и относительные показатели положения организации и их значение для внешней корпоративной аудитории. Проблема соотношения качественных и количественных методов анализа корпоративной репутации и имиджа</p> <p>Тема 7. Репутационные угрозы и риски и их роль в обеспечении экономической безопасности  Риски и угрозы потери деловой репутации. Понятие, классификация и последствия репутационных рисков. Внешние и внутренние источники репутационных угроз. Операционные риски (аварии, качество продукции и услуг); коррупция, нарушения в сфере законодательства о госзакупках; мошенничество, невыполнение обязательств, нарушение бизнес-этики; финансовые проблемы, банкротство; хакерские атаки, утечка информации о клиентах; судебные разбирательства; нарушение законодательства или норм этики сотрудниками; трудовые споры; обвинения в инсайдерской торговле, манипулировании, отмывании денег; нарушение экологического законодательства; уклонение от уплаты налогов. Критерии оценки репутационных рисков. Задачи и методы защиты деловой репутации. Использование инструментов системы экономической безопасности компании в обеспечении минимизации репутационных рисков</p>

## 4.2. Занятия семинарского типа.

### Практические занятия

№ п/п	Тематика практических занятий/краткое содержание
1	<p><b>Раздел 1. Понятие, содержание и методы управления репутацией</b></p> <p>Тема 1. Концептуальные основы репутационного менеджмента. Социальный феномен и понятие репутации. Репутационные технологии. Виды репутации: индивидуальные репутации, коллективные репутации. Социально-психологический феномен репутации. Нематериальный актив корпоративной репутации и её ценность.</p> <p>Тема 2. Механизмы управления репутацией. Стратегический анализ и репутационный менеджмент. Альтернативные подходы к управлению корпоративными репутациями. Основные факторы, влияющие на выбор данных подходов. Основные этапы оценки корпоративного имиджа и репутации. Проблема изменения корпоративной репутации. Основные элементы стратегического менеджмента по изменению корпоративной репутации. Характеристика возможных моделей изменения корпоративной репутации. Программа корпоративного позиционирования: проблемы разработки и реализации. Основные задачи управления по изменению корпоративной репутации.</p> <p>Тема 3. Особенности управления репутацией территории. Имидж, репутация и бренд территории в современном мире. Разработка стратегий развития регионов и городов, поиск путей роста их конкурентоспособности как факторы разработки программ продвижения имиджа и формирования репутации территорий</p>
2	<p><b>Раздел 2. Управление репутацией в системе экономической безопасности компании</b></p> <p>Тема 4. Репутация как ресурс управления. Разработка репутационной политики организации. Определение репутационных характеристик и факторов, влияющих на процесс создания корпоративной репутации. Стратегия удачного конкурентного позиционирования корпоративной репутации: проблемы создания и развития. Корпоративная культура и её значение в создании корпоративной репутации.</p> <p>Тема 5. Методы формирования репутации. Методы управления репутацией и ее изменения. Инструментарий коммуникационных стратегий защиты репутации и выработка антикризисного поведения субъекта. Возможные конкретные технологии поведения субъекта в условиях кризиса.</p> <p>Тема 6. Методы оценки корпоративного имиджа и репутации. Использование качественных и количественных методов исследования при анализе конкретной ситуации. Качественная оценка корпоративной репутации</p> <p>Тема 7. Репутационные угрозы и риски и их роль в обеспечении экономической безопасности. Понятие, классификация и последствия репутационных рисков. Внешние и внутренние источники репутационных угроз. Критерии оценки репутационных рисков. Методы защиты деловой репутации. Использование инструментов системы экономической безопасности компании в обеспечении минимизации репутационных рисков</p>

#### 4.3. Самостоятельная работа обучающихся.

№ п/п	Вид самостоятельной работы
1	работа с лекционным материалом
2	подготовка к практическим занятиям
3	работа с литературой
4	самостоятельное изучение разделов (тем) дисциплины(модуля)
5	подготовка к написанию и выполнение контрольной работы

№ п/п	Вид самостоятельной работы
6	подготовка к промежуточной аттестации.
7	Подготовка к промежуточной аттестации.

#### 4.4. Примерный перечень тем курсовых работ

1. Эволюция управления рисками: концепции, подходы и их условия.
2. Классификация рисков: виды, принципы разработки, использование.
3. Программа управления рисками: разработка и использование.
4. Комплексное использование методов управления рисками.
5. Управление рисками в малом предпринимательстве.
6. Организация управления рисками на промышленном предприятии.
7. Организация управления рисками в финансово-кредитном учреждении.
8. Особенности управления рисками финансово-промышленной группы.
9. Особенности управления рисками транснациональной корпорации.
10. Управление рисками инвестиционного проекта.
11. Управление рисками в антикризисном менеджменте.
12. Информационное обеспечение управления рисками: принципы создания и использования информационной системы организации.
13. Методы оценки эффективности управления рисками.
14. Использование количественных методов анализа и оценки рисков.
15. Использование качественных методов анализа и оценки рисков.
16. Использование превентивных мероприятий по управлению рисками.
17. Прогнозирование потерь от реализации рисков: принципы, подходы, методы.
18. Инновационные технологии в управлении рисками.
19. Роль субъективных факторов в управлении рисками.
20. Правовое обеспечение деятельности по управлению рисками в РФ.

5. Перечень изданий, которые рекомендуется использовать при освоении дисциплины (модуля).

№ п/п	Библиографическое описание	Место доступа
-------	----------------------------	---------------



1	Управление репутационными рисками: стратегический подход Э. Гриффин Учебник Альпина Бизнес букс. М., 2009. , 2009	
2	Основы риск-менеджмента [Текст] = TheEssentialsofRiskManagement :учебноепособие : пер. сангл. / М. Круи, Д. Галай, Р. Марк ; науч. ред. В. Б. Минасян ; Высш. шк. фин. и менеджмента РАНХиГС при Президенте РФ. Круи, Мишель. М. :Юрайт, 2015. - 390 с. 20 экз.Библиотека РОАТ	
3	Риск-менеджмент на предприятиях промышленности и транспорта [Текст] : учебное пособие / А. К. Покровский. - Электронная и бумажная версии. Покровский, Анатолий Константинович. М. :Кнорус, 2015. - 160 с. 20 экз.Библиотека РОАТЭБСВООК – <a href="http://www.book.ru">http://www.book.ru</a>	
4	Деловая репутация организации С. Горин. Учебное пособие М.: Феникс , 2006	
1	Стратегический менеджмент [Текст] : учебник / А.Н. Петров. - Электрон.текстовые дан. А.Н. Петров Санкт-Петербург : Питер, 2015. - 400 с.ЭБСIBOOKS – <a href="http://www.ibooks.ru/">http://www.ibooks.ru/</a>	
2	Стратегический менеджмент [Текст] : учебник / А. Н. Фомичев. - Электрон.текстовые дан. А. Н. Фомичев Москва : Дашков и К, 2014. - 468 с.ЭБСIBOOKS – <a href="http://www.ibooks.ru/">http://www.ibooks.ru/</a>	

6. Перечень современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем, которые могут использоваться при освоении дисциплины (модуля).

Информационный портал Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU ([www.elibrary.ru](http://www.elibrary.ru))Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов (<http://window.eciu.ru>); Научно-техническая библиотека РУТ (МИИТ) (<http://library.miit.ru>).Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов (<http://window.eciu.ru>); официальный сайт Верховного Суда РФ. - <http://www.supcourt.ru/mainpage.php> официальный сайт Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации. - <http://www.arbitr.ru>официальный сайт Министерства образования и науки РФ - <http://www.mon.gov.ru>Федеральные органы исполнительной власти - <http://www.gov.ru/main/ministry/isp-vlast44.html>электронно-библиотечная система IPRbooks <http://www.iprbookshop.ru>сайт Прокуратуры РФ. - Режим доступа: <http://genproc.gov.ru>Общие информационные, справочные и поисковые системы «Консультант Плюс», «Гарант»;официальные сайты Росстата ([www.gks.ru](http://www.gks.ru)), Банка России ([www.cbr.ru](http://www.cbr.ru)), Росбизнесконсалтинга

([www.rbc.ru](http://www.rbc.ru)). Электронно-библиотечная система издательства «Лань» – <http://e.lanbook.com/> Электронно-библиотечная система [ibooks.ru](http://ibooks.ru) – <http://ibooks.ru/> Электронно-библиотечная система «ЮРАЙТ» – <http://www.biblio-online.ru/> Электронно-библиотечная система «Академия» – <http://academia-moscow.ru/> Электронно-библиотечная система «BOOK.ru» – <http://www.book.ru/> Электронно-библиотечная система «ZNANIUM.COM» – <http://www.znanium.com/> Сайт справочно-правовой системы «Консультант Плюс». Режим дос-тупа: [www.consultant.ru](http://www.consultant.ru). Сайт справочно-правовой системы «КОДЕКС». Режим доступа: [http:// kodeks.ru](http://kodeks.ru). <http://www.rg.ru/oficial> - сайт "Российской газеты". Государственные документы, публикующиеся в газете (и на сайте): федеральные конституционные законы, федеральные законы (в том числе кодексы), указы Президента РФ, постановления и распоряжения Правительства РФ, нормативные акты министерств и ведомств (в частности приказы, инструкции, положения и т.д.). [http:// garant.ru](http://garant.ru) - СПС "Гарант"

7. Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства, необходимого для освоения дисциплины (модуля).

Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства, необходимого для освоения дисциплины (модуля). Программное обеспечение позволяет выполнить все предусмотренные учебным планом виды учебной работы по дисциплине: теоретический курс, практические занятия, тестовые задания, ситуационные задачи и вопросы промежуточной аттестации по курсу.

В наличии имеется следующее программное обеспечение:

- Программное обеспечение для проведения лекций, демонстрации презентаций и ведения интерактивных занятий: MicrosoftOffice 2003 и выше.

- Программное обеспечение для выполнения практических заданий включает в себя специализированное прикладное программное обеспечение Консультант плюс, а также программные продукты общего применения

- Программное обеспечение, необходимое для оформления отчетов и иной документации: MicrosoftOffice 2003 и выше.

- Программное обеспечение для выполнения текущего контроля успеваемости: Браузер InternetExplorer 8.0 и выше.

- Программное обеспечение - для самостоятельной работы студентов: Браузер InternetExplorer 8.0 и выше.

- Программное обеспечение для осуществления учебного процесса с использованием ДОТ – операционная система семейства Windows; Браузер

InternetExplorer 8.0 и выше с установленным AdobeFlashPlayer версии 10.3 и выше, AdobeAcrobat .

Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа

Microsoft Windows XP Professional

Microsoft Office Professional 2003

Авторизованный номер лицензиата 61476947ZZE0812

Номер лицензии 41488173

Договор №0005058923-M003249 от 18.12.2006

ABBYY FineReader 11 Professional Edition, PRTG Network Monitir 500

Счет (договор-оферта) № Tr063864 от 12 декабря 2011

ESET NOD32 Antivirus Business Edition

8. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю).

Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю). Освоение дисциплины осуществляется в оборудованных учебных аудиториях для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, текущего контроля и промежуточной аттестации.

Учебные помещения укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории (переносное мультимедийное оборудование, ноутбук), оборудованы меловыми и маркерными досками.

В процессе проведения занятий лекционного типа по дисциплине используются раздаточные демонстрационные материалы, презентации, учебно-наглядные пособия.

Также в процессе самостоятельной подготовки по дисциплине используются помещения для самостоятельной работы студентов, оборудованные персональными компьютерами с возможностью выхода в Интернет и электронную образовательную среду ВУЗа, и помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования.

Учебные аудитории соответствуют требованиям пожарной безопасности и охраны труда по освещенности, количеству рабочих (посадочных) мест студентов. Освещенность рабочих мест соответствует действующим СНиПам.

Технические требования к оборудованию для проведения учебного процесса с частичным использованием ДОТ: колонки, наушники или встроенный динамик (для участия в аудиоконференции); микрофон или

гарнитура (для участия в аудиоконференции); веб-камера (для участия в видеоконференции); для ведущего: компьютер с процессором IntelCore 2 Duo от 2 ГГц (или аналог) и выше, от 2 Гб свободной оперативной памяти.

Для слушателя: компьютер с процессором IntelCeleron от 2 ГГц (или аналог) и выше, 1 Гб свободной оперативной памяти.

Технические требования к каналам связи: от 128 кбит/сек исходящего потока; от 256 кбит/сек входящего потока. При использовании трансляции рабочего стола рекомендуется от 1 мбит/сек исходящего потока (для ведущего).

При использовании трансляции рабочего стола рекомендуется от 1 мбит/сек входящего потока (для слушателя). Нагрузка на канал для каждого участника вебинара зависит от используемых возможностей вебинара. Так, если в вебинаре планируется одновременно использовать 2 видеотрансляции в конференции и одну трансляцию рабочего стола, то для слушателей рекомендуется от 1.5 мбит/сек входящего потока.

#### 9. Форма промежуточной аттестации:

Зачет во 2 семестре.

#### 10. Оценочные материалы.

Оценочные материалы, применяемые при проведении промежуточной аттестации, разрабатываются в соответствии с локальным нормативным актом РУТ (МИИТ).

Авторы:

доцент, доцент, к.н. кафедры  
«Экономическая теория и  
менеджмент»

Ю.В. Панько

Согласовано:

и.о. заведующего кафедрой ЭТМ  
РОАТ

Ю.В. Панько

Председатель учебно-методической  
комиссии

С.Н. Климов