МИНИСТЕРСТВО ТРАНСПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ТРАНСПОРТА»
(РУТ (МИИТ)

Рабочая программа дисциплины (модуля),
как компонент образовательной программы
специализированного высшего образования
по направлению подготовки
38.04.01 Экономика,
утвержденной первым проректором ФГАОУ ВО
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 ФГАОУ ВО РУТ (МИИТ)
ID подписи: 4329
Подписал: заведующий кафедрой Шкурина Лидия Владимировна
Дата: 12.10.2026

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):

ПК-46 - Способен применять методологию научных исследований и эконометрический инструментарий для выявления бизнес-проблем, обоснования управленческих и инвестиционных решений, оценки эффективности деятельности организации и прогнозирования её развития в условиях нестабильной внешней и внутренней среды.

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	Семестр №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:

№ п/п	Тематика лекционных занятий / краткое содержание
	индивидуальные репутации, коллективные репутации. Социально-психологический феномен 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"). Тема 2. Механизмы управления репутацией. Стратегический анализ и репутационный менеджмент. Репутация как средство повышения доверия к субъекту коммуникации. аинтересованность и увеличение доверия как ключевые механизмы репутационного менеджмента. Репутация как средство нтенсификации 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. 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. 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. 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.
2	Раздел 2. Управление репутацией в системе экономической безопасности компании 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. 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

№ п/п	Тематика лекционных занятий / краткое содержание
	ситуации и принятия антикризисных решений. Репутационная безопасность: технология разработки и реализации. Создание кризисной коммуникационной стратегии и её основные этапы: информационная реакция; беседа с журналистами; демонстрация сожаления. Коммуникационные стратегии защиты благоприятной репутации. 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. 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. 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 Тема 7. Репутационные угрозы и риски и из 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 минимихации репутационных рисков

4.2. Занятия семинарского типа.

Практические занятия

№ п/п	Тематика практических 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 репутации. Нематериальный актив корпоративной репутации и её ценность. 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. 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
2	Раздел 2. Управление репутацией в системе экономической безопасности компании 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. 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. Тема 6. Методы оценки корпоративного имиджа и репутации. Использование качественных и количественных методов исследования при анализе конкретной ситуации. Качественная оценка корпоративной репутации Тема 7. Репутационные угрозы и риски и из 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 минимихации репутационных рисков

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)

№ п/п	Вид самостоятельной работы
5	подготовка к написанию и выполнение контрольной 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 РОАТЭБСBOOK – http://www.book.ru	
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 – http://www.ibooks.ru/	
2	Стратегический менеджмент [Текст] : учебник / А. Н. Фомичев. - Электрон.текстовые дан. А. Н. Фомичев Москва : Дашков и К, 2014. - 468 с.ЭБСIBOOKS – http://www.ibooks.ru/	

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)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.ruофициальный сайт Министерства образования и науки РФ - http://www.mon.gov.ruФедеральные органы исполнительной власти - http://www.gov.ru/main/ministry/isp-vlast44.htmlэлектронно-библиотечная система IPRbooks http://www.iprbookshop.rucайт Прокуратуры РФ. - Режим доступа: http://genproc.gov.ruОбщие информационные, справочные и

поисковые системы «Консультант Плюс», «Гарант»;официальные сайты Росстата (www.gks.ru), Банка России (www.cbr.ru), Росбизнесконсалтинга (www.rbc.ru).Электронно-библиотечная система издательства «Лань» – http://e.lanbook.com/Электронно-библиотечная система 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.Сайт справочно-правовой системы «КОДЕКС». Режим доступа: 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 - 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
«Экономика, финансы и управление
на транспорте» Ю.В. Панько

Согласовано:

Заместитель директора С.Н. Климов

Заведующий кафедрой ЭИФ Л.В. Шкурина

Председатель учебно-методической
комиссии С.Н. Климов