Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»

Нижегородский институт управления – филиал РАНХиГС
(наименование института (факультета))
Кафедра информатики и информационных технологий
(наименование кафедры)

УТВЕРЖДЕНО
Директор Нижегородского института управления – филиала РАНХиГС

Парамонов Александр Васильевич

Подписано цифровой подписью: Парамонов Александр Васильевич
Дата: 2024.04.22 11:49:45 +03'00'

ПРОГРАММА МАГИСТРАТУРЫ

«Управление проектами»
(наименование образовательной программы)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ, реализуемой с применением электронного (онлайн) курса

ФТД.01 УПРАВЛЕНИЕ ЦИФРОВОЙ РЕПУТАЦИЕЙ
(индекс и наименование дисциплины, в соответствии с учебным планом)

38.04.02 Менеджмент
(код и наименование направления подготовки)
очная, заочная
(форма обучения)

Год набора – 2024

Нижний Новгород, 2024 г.

Автор-составитель:

Доцент кафедры информатики и информационных технологий, канд.физ.-мат.нук, доцент, И.Н. Цветкова
(ученая степень и(или) ученое звание, должность, наименование кафедры) *(Ф.И.О.)*

Доцент кафедры информатики и информационных технологий, канд. социол. наук, Е.А. Рак
(ученая степень и(или) ученое звание, должность, наименование кафедры) *(Ф.И.О.)*

Заведующий кафедрой информатики и информационных технологий, канд.техн.н, доцент И.И. Гребенюк
(ученая степень и(или) ученое звание, должность, наименование кафедры) *(Ф.И.О.)*

РПД ФТД..01 Управление цифровой репутацией одобрена на заседании кафедры информатики и информационных технологий.
Протокол от 20.02.2024 г. № 12.

СОДЕРЖАНИЕ

1. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ 4

2. ОБЪЕМ И МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО 4

3. СОДЕРЖАНИЕ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ 5

4. МАТЕРИАЛЫ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ ОБУЧАЮЩИХСЯ 7

5. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ 11

6. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ 13

7. УЧЕБНАЯ ЛИТЕРАТУРА И РЕСУРСЫ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ ИНТЕРНЕТ 16

7.1. Основная литература 16

7.2. Дополнительная литература 16

7.3. Нормативные правовые документы 17

7.4. Интернет-ресурсы 17

8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКАЯ БАЗА, ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ, ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ И ИНФОРМАЦИОННЫЕ СПРАВОЧНЫЕ СИСТЕМЫ 17

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения программы

1.1. Дисциплина ФТД.01 Управление цифровой репутацией обеспечивает овладение следующими компетенциями:

Таблица 1

Код компетенции	Наименование компетенции	Код компонента компетенции	Наименование компонента компетенции
ПКс-2	Способен разрабатывать интегрированную систему коммуникаций инвестиционного проекта	ПКс - 2.1	Способен применить соответствующие коммуникационные модели и технологии в рамках реализации проекта
ПКс-5	Способен использовать количественные и качественные методы в рамках проведения прикладных исследований по проекту.	ПКс-5.2	Способен применять количественные и качественные методы для исследования проблем функциональных областей управления проектами

1.2. В результате освоения дисциплины у студентов должны быть сформированы:

Таблица 2

ОТФ/ТФ/ профессиональные действия	Код компонента компетенции	Планируемые результаты обучения
ОТФ: Реализация инвестиционного проекта ТФ: управление коммуникациями инвестиционного проекта (B/02.7)	ПКс - 2.1	– На уровне знаний: - в чем сущность и значение информации в анализе проблемных ситуаций и как это взаимосвязано с личной, профессиональной и корпоративной репутацией; – На уровне умений: - использовать инструменты социальных сетей для достижения коммуникативных целей и анализа результата; – На уровне навыков: - создание персонального цифрового портрета на основе карты цифровой репутации.
ОТФ: Реализация инвестиционного проекта ТФ: управление коммуникациями инвестиционного проекта (B/02.7)	ПКс-5.2	– На уровне знаний: - основные методы и приемы продвижения информации; – На уровне умений: - определять оптимальную социальную сеть для наиболее эффективной коммуникации с целевой аудиторией; – На уровне навыков: - информационных кампаний в социальных сетях и отслеживания их эффективности

2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО

Дисциплина ФТД.01 «Управление цифровой репутацией» входит в раздел факультативных дисциплин ОП ВО. Общая трудоемкость дисциплины (модуля) в зачетных единицах – 2 (72 академических часа /54 астрономических часов).

Освоение дисциплины опирается на объем теоретических знаний в области информационно-коммуникационных технологий.

Количество академических часов, выделенных на контактную работу с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся; форма (ы) промежуточной аттестации в соответствии с учебным планом:

Вид учебных занятий и самостоятельная работа Всего

Очная форма обучения

Контактная работа обучающихся с преподавателем, в том числе:		*32*
лекционного типа (Л)		*16*
практического (семинарского) типа (ПЗ)		*16*
Самостоятельная работа обучающихся (СР)		*36*
Промежуточная аттестация	форма	*Зачет*
	час.	*4*
	Общая трудоемкость (час. / з.е.)	*72/2*

Заочная форма обучения

Контактная работа обучающихся с преподавателем, в том числе:		*8*
лекционного типа (Л)		*4*
практического (семинарского) типа (ПЗ)		*4*
Самостоятельная работа обучающихся (СР)		*60*
Промежуточная аттестация	форма	*Зачет*
	час.	*4*
	Общая трудоемкость (час. / з.е.)	*72/2*

3. Содержание и структура дисциплины

3.1. Структура дисциплины

Таблица 3

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Объем дисциплины (модуля), час.						Форма текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СР	
			Л/ЭО, ДОТ*	ЛР/ ЭО ДОТ*	ПЗ/ ЭО ДОТ*	КСР		
Очная форма обучения								
Тема 1	Введение. Зачем управлять цифровой репутацией?	10	2		2		6	Тестирование
Тема 2	Что такое цифровая репутация. Определяемся с понятиями.	10	2		2		6	Тестирование
Тема 3	Целевая аудитория в Сети	10	2		2		6	Тестирование
Тема 4	Стратегия управления цифровой репутацией	12	4		2		6	Тестирование
Тема 5	Стратегия управления профессиональной репутацией в Сети на примере госслужащих	16	4		4		8	Тестирование
Тема 6	Управление конфликтами в социальных сетях	14	2		4		8	Тестирование
Промежуточная аттестация								Зачет
Всего (в з.е./акад.часах/астр.часах):		**2/72/54**	**16/12**		**16/12**		**36/27**	**4/3**
Заочная форма обучения								
Тема 1	Введение. Зачем управлять цифровой репутацией?	10	1				9	Тестирование
Тема 2	Что такое цифровая репутация. Определяемся с понятиями.	10	1				9	Тестирование
Тема 3	Целевая аудитория в Сети	10	1				9	Тестирование
Тема 4	Стратегия управления цифровой репутацией	12	1				11	Тестирование

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Объем дисциплины (модуля), час.						Форма текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СР	
			Л/ЭО, ДОТ*	ЛР/ ЭО ДОТ*	ПЗ/ ЭО ДОТ*	КСР		
Тема 5	Стратегия управления профессиональной репутацией в Сети на примере госслужащих	14			2		12	Тестирование
Тема 6	Управление конфликтами в социальных сетях	12			2		10	Тестирование
Промежуточная аттестация		4						Зачет
Всего (в з.е./акад.часах/астр.часах):		**2/72/54**	**4/3**		**4/3**		**60/45**	**4/3**

Примечание:

** – при применении электронного обучения, дистанционных образовательных технологий в соответствии с учебным планом;*

3.2. *Содержание дисциплины*

Тема 1. Введение. Зачем управлять цифровой репутацией?

Введение в тему, Предмет, цели и задачи курса. Актуальность курса. Можно ли исчезнуть из сети и не иметь проблем с цифровой репутацией?

Тема 2. Что такое цифровая репутация. Определяемся с понятиями.

Репутация - Цифровая репутация в чем разница между этими понятиями. Определение ЦР. Цифровая репутация: цифровая тень + цифровой след = цифровой штамп. Хорошая\плохая репутация. Первый шаг - сформулируй, какой должна быть твоя цифровая репутация.

Тема 3. Целевая аудитория в Сети.

Как формируется аудитория в цифровом измерении. Какими темпами растет. Как изменяется по возрастным, гендерным и иным характеристикам. Аудитория Рунета. Схема целевой аудитории в сети, из каких групп формируется: 1. Ближний круг; 2. Дальний круг; 3. Профессиональные аккаунты. 4. Виртуальные знакомые. Основные рекомендации по поиску и набору своей целевой аудитории. Как найти, как привлечь, как удержать. Оценка заполненной карты цифровой репутации.

Тема 4. Стратегия управления цифровой репутацией.

Алгоритм работы с цифровой репутацией, который работает как на личностном, так и на корпоративном уровнях.

- самопрезентация
- мониторинг
- работа с негативом
- работа с позитивом
- SERM
- Брендинг.

Тема 5. Стратегия управления профессиональной репутацией в Сети на примере госслужащих.

Нормативное регулирование деятельности госслужащих в сети. Обзор законодательства. Ответственность за утаивание сведений об активности в сети.

Рекомендации по поведению в сети. Правила поведения в сети, включая личные страницы.

Тема 6. Управление конфликтами в социальных сетях.

Виды конфликтов в сети: Прямой и косвенный. В чем отличия. Что делать, если совершили ошибку? Что делать чтобы не совершать ошибки? Что делать, если стали жертвой конфликта с косвенным участием. Кибербуллинг - что это такое. Темпы распространения, последствия для жертвы. Как бороться? Почему нельзя участвовать, как это отражается на цифровой репутации.

4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся

4.1. В ходе реализации дисциплины ФТД.01 «Управление цифровой репутацией» используются следующие **методы текущего контроля успеваемости** обучающихся:

Таблица 4

Тема и/или раздел	Методы текущего контроля успеваемости
Тема 1. Введение. Зачем управлять цифровой репутацией?	Тестирование
Тема 2. Что такое цифровая репутация. Определяемся с понятиями.	Тестирование
Тема 3. Целевая аудитория в Сети	Тестирование
Тема 4. Стратегия управления цифровой репутацией	Тестирование
Тема 5. Стратегия управления профессиональной репутацией в Сети на примере госслужащих	Тестирование
Тема 6. Управление конфликтами в социальных сетях	Тестирование

4.2. Типовые материалы текущего контроля успеваемости обучающихся

Варианты тестовых заданий

Тема 1. Введение. Зачем управлять цифровой репутацией?

1. Что такое репутация:

А. Репутация (от лат. reputatio – обдумывание, размышление) – это сложившееся о некоем лице мнение, основанное на оценке его общественно значимых качеств. Репутация отдельного человека создается из совокупности того, что знают о нем окружающие люди.

Б. Репутация – это создавшееся общее мнение о достоинствах или недостатках кого-нибудь или чего-нибудь.

В. Репутация — фундаментальный инструмент общественного строя, основанного на распределённом, непосредственном социальном контроле.

Г. Репутация — нематериальное благо, которое представляет собой оценку деятельности лица (как физического, так и юридического) с точки зрения его деловых качеств.

2. «Требуется 20 лет, чтобы создать репутацию, и 15 минут, чтобы ее разрушить» - чей это афоризм:

А. Уоррен Баффетт

Б. Адам Смит

В. Джон Д. Рокфеллер

Г. Грета Гарбо

3. Когда на регулярной основе появились предложения по профессиональному управлению репутацией в Интернете в России?

А. 5-6 лет назад (+)

Б. 7-8 лет назад

В. 3-4 года назад

Г. не раньше 2019 года

4. Когда подобные предложения по профессиональному управлению репутацией в Интернете стали появляться в мире в целом?

А. 7-8 лет назад (+)

Б. 5-6 лет назад

В. С начала 2000-х годов

Г. Были с самого появления Интернета, но не афишировали своих услуг до последнего времени

5. Наиболее близким к понятию «репутация» является понятие:

А) известность;

Б) авторитет;

В) доверие.

Тема 2. Что такое цифровая репутация. Определяемся с понятиями.

1.Какие из перечисленных профессий имеют повышенные профессиональные и личные репутационные риски:

А. Учитель, преподаватель

Б. Юрист

В. Врач

Г. Госслужащий

2. Кто создает вашу репутацию?

А. Вы сами

Б. Ваша семья и ближайшие друзья

В. Ваше социальное окружение

Г. Лидеры мнений

3. Что такое нетикет?

А. Сетевой этикет, придуманный в середине 90-х гг. для регламентации правил хорошего тона при общении в Интернете

Б. Требование уважать чужую частную жизнь и не обсуждать чужие секреты в Интернете

В. Общепринятые заповеди для общения на профессиональных форумах разработчиков компьютерных программ, придуманные программистами из Калифорнии

4. Что такое цифровая репутация?

А. это некая совокупность информации, которая размещена о некоем субъекте или объекте в Сети

Б. это совокупность информации в сети, обладающая маркерами цифровой идентичности, на основании которой формируется мнение сетевой общественности о виртуальном двойнике личности или объекта

В. это негативная или позитивная информация в сети о человеке

5. Что такое цифровой двойник?

А. Ваша цифровая копия, созданная из всей совокупности личной информации, когда-либо размещенной в Сети.

Б. Виртуальная модель, помогающая оптимизировать эффективность бизнеса

В. Трехмерный аватар, созданный для игровых миров

Г. Личный профиль в социальных сетях

Тема 3. Целевая аудитория в Сети

1.Верно ли утверждение, что невозможно изменить социальное окружение человека на макроуровне:

А. да, но только на микроуровне

Б. да, но только на макроуровне

В. Нет (+)

2. Что такое целевая аудитория в Сети?

А. это аудитория потенциальных потребителей информации о конкретном цифровом объекте или субъекте, которые пользуются Интернетом. (+)

Б. это ближайший круг вашего сетевого общения, ограниченный теми пользователями, которые знают вас в реальной жизни

В. это аудитория форумов, групп в соцсетях и других сетевых площадок, где вы появляетесь чаще всего.

3. Какова ваша потенциальная сетевая аудитория?

А. меньше 50 пользователей

Б. больше тысячи пользователей

В. больше нескольких тысяч пользователей

Д. 92,8 миллионов пользователей Рунета

Г. 4,5 миллиарда пользователей Сети (+)

4. Для чего используют методику 5W?

А. Чтобы сегментировать свою целевую аудиторию (+)

Б. Чтобы найти географическую привязку для своей целевой аудитории

В. Чтобы выделить гендерную принадлежность своей целевой аудитории

Г. Чтобы отделить лояльную аудиторию от пассивных «спящих» клиентов

5. Верно ли утверждение, что целевая аудитория каждого пользователя Сети уникальна?

А. Да (+)

Б. Нет

Тема 4. Стратегия управления цифровой репутацией

1. Можно ли полностью удалить информацию о своей сетевой личности из Интернета?

А. Да, для этого и существуют специальные фирмы, предлагающие услуги по управлению репутацией

Б. Можно, но не полностью, и надо обращаться к специалистам

В. Если не пользоваться соцсетями, то в Интернете не будет вашей личной информации

Г. Нет, можно только скрыть личную информацию или запутать цифровые следы, ведущие к реальной личности (+)

2. Как формулируется «первое правило Сети»?

А. Все, что попало в Сеть, навсегда останется в Сети (+)

Б. Все, что попадает в Сеть, получает статус публичной информации

В. Все, что попало в Сеть, хранится, пока не выйдут из строя накопители информации

Г. Все, что попало в Сеть, переживет человеческую цивилизацию

3. Что такое «Эффект Стрейзанд»?

А. Чем активнее пользователь пытается удалить информацию, тем большее распространение она получает в Сети (+)

Б. Все фотографии знаменитостей, загруженные в Сеть, можно свободно использовать для собственных нужд

В. Нельзя загружать в Сеть фотографии домов без согласия их собственников

Г. Чем выше иск за моральный ущерб за несогласованное размещение личной информации в Сети, тем выше популярность этой информации

4. Что такое Метаданные?

А. Описание контента публикации в Сети, невидимое для пользователя (+)

Б. Библиографические описания

В. Точные координаты съемки, которые есть у каждой фотографии, размещенной в сети

Г. Списки заголовков ваших электронных писем, доступные вашему провайдеру

5. В чем главное отличие цифровой репутации от репутации в оффлайн?

А. Высокая степень потенциальной публичности у любой личной информации, размещенной в Сети

Б. Возможность в любой момент стереть и заново создать свою личность в Сети

В. Возможность создать несколько цифровых личностей, не связанных с реальной жизнью

Г. Можно легко скрыть свои слабые стороны и показывать себя только с хорошей стороны.

Тема 5. Стратегия управления профессиональной репутацией в Сети на примере госслужащих

1. Какими законами регулируется деятельность госслужащих в социальных сетях?

- Типовым кодексом этики и служебного поведения государственных служащих российской федерации и муниципальных служащих и Указом Президента РФ «Об утверждении общих принципов служебного поведения государственных служащих»; - Федеральными законами "О государственной гражданской службе Российской Федерации" и "О муниципальной службе в Российской Федерации»;
- Федеральным законом «Об информации, информационных технологиях и о защите информации»;
- Всеми вышеперечисленными нормативными актами. (+)

2. Обязан ли соискатель, претендующий на замещение должности гражданской службы, предоставлять сведения о своей активности в сети по требованию работодателя?

- Да, это обязательное условие при трудоустройстве на государственную службу (+)
- Нет, это нарушение права соискателя на неприкосновенность личной жизни. Нормы закона касаются только уже работающих на государственной службе
- Да, но если должность, на которую претендует соискатель, подразумевает доступ к секретной информации или информации только для служебного пользования

3. В рамках предоставления информации об активности в сети обязан ли госслужащий сообщать об аккаунтах, которые зарегистрированы под псевдонимом?

- Да, вся информация об активности в социальных сетях должна быть представлена работодателю (+)
- Нет, работодатель имеет право требовать информацию только об аккаунтах, которые госслужащий ведет под собственным именем
- Да, но при условии, что аккаунты, зарегистрированные под псевдонимом, имеют отношение к профессиональным обязанностям госслужащего.

4. С какой периодичностью информация об активности в социальных сетях должна представляться госслужащими?

- Ежегодно (+)
- Ежеквартально
- Один раз в три года
- По запросу кадровой службы .

5. Обязан ли госслужащий или кандидат на должность указывать в дополнении к информации о своих аккаунтах в сети, пароли к ним?

- Да, обязан. Подобная требование содержится в Методических рекомендациях Минтруда.
- Да, обязан, если этого требует кадровая политика организации, в которой он работает или проходит собеседование

- Да, обязан, поскольку попал в случайную выборку проверки активности госслужащих в соцсетях и этого требует его непосредственный руководитель
- Нет, не обязан (+)

Тема 6. Управление конфликтами в социальных сетях

1. Какие бывают виды сетевых конфликтов?

А. Прямые и косвенные (+)

Б. Косвенные и публичные

2. Что такое конфликт косвенного участия?

А. это когда в сети появляется негативная информация о пользователе или компании, выложенная третьими лицами (+)

Б. это когда негативная информация кроме основной цели задевает еще несколько объектов или субъектов управления репутацией в сети

3. Пример сетевого конфликта с публикацией интимных снимков голливудских звезд в 2014 году к какому виду конфликта относится?

А. Прямому и публичному

Б. Косвенному и публичному (+)

4. Верно ли утверждение, что одной из пострадавших сторон в сетевом конфликте 2014 года с публикацией интимных фотографий знаменитостей была корпорация Apple?

А. Да (+)

Б. Нет

5. Верно ли утверждение, что в Сети не принято обращаться на «Вы» и по Имени Отчеству? Даже если вы точно знаете, кто ваш собеседник, и в обычной жизни не позволили бы обратиться к нему просто по имени и на «Ты».

А. Да

Б. Нет

5. Оценочные материалы промежуточной аттестации по дисциплине

5.1. Зачет проводится с применением следующих методов (средств): проведение устного зачета, включающего теоретическую часть и практико-ориентированное задание, требующее демонстрации уровня владения умениями/навыками.

5.2. Оценочные материалы промежуточной аттестации

Таблица 5

Код компонента освоения компетенции	Компонент освоения компетенции	Код промежуточного индикатора освоения компетенции	Промежуточный индикатор освоения компетенции	Критерий оценивания
ПКс - 2.1	Способен применить соответствующие коммуникационные модели и технологии в рамках реализации проекта	ИПКс - 2.1	Осуществляет выбор коммуникационных моделей и технологий в рамках реализации проекта, в том числе разрабатывает и проводит презентации проекта	Демонстрирует понимание сущности и значения информации в развитии современного информационного общества и взаимосвязи с личной, самостоятельно применяет основные методы и приемы продвижения информации в социальных сетях; методически верно

Код компонента освоения компетенции	Компонент освоения компетенции	Код промежуточного индикатора освоения компетенции	Промежуточный индикатор освоения компетенции	Критерий оценивания
				разрабатывает стратегию управления цифровой репутации
ПКс-5.2	Способен применять количественные и качественные методы для исследования проблем функциональных областей управления проектами	ИПКс -5.2	Применяет количественные и качественные методы для исследования проблем функциональных областей управления проектами	Грамотно применяет основные методы и приемы продвижения информации, определяет оптимальную стратегию управления цифровой репутацией на основе использования количественные и качественные методы

Примерный перечень вопросов к зачету:

1. Понятие репутации. Цифровая репутация.
2. Отличие личной и профессиональной репутации.
3. Формирование аудитории в цифровом измерении.
4. Приемы поиска и набора целевой аудитории.
5. Алгоритм работы с цифровой репутацией.
6. Понятие автоматического и ручного мониторинга в сети.
7. Контент негатива и позитива в сети.
8. Продвижение информации в сети. Понятие SERM.
9. Стратегия развития личного бренда.
10. Нормативное регулирование деятельности госслужащих в сети.
11. Виды конфликтов в сети.
12. Кибербуллинг: темпы распространения.

Практико-ориентированные (практические) задания к зачету:

ПКс - 2.1 Способен применить соответствующие коммуникационные модели и технологии в рамках реализации проекта

Задание.

Проведите анализ информации о себе в сети. Дайте оценку с точки зрения потенциального работодателя.

ПКс-5.2 Способен применять количественные и качественные методы для исследования проблем функциональных областей управления проектами

Задание.

Создайте собственную цифровую информацию (контент), используя следующее правило: 30% - личная информация, 30% - профессиональная информация, 30% - развлекательная информация, 10% - другое.

Шкала оценивания

Промежуточная аттестация проводится в форме зачета без применения балльно-рейтинговой системы оценивания - посредством аттестационных испытаний в форме традиционного зачета.

Результаты промежуточной аттестации оцениваются по бинарной системе оценивания («зачтено», «не зачтено»).

Наряду с оцениванием учебных достижений обучающихся по принятой образовательной организации системе оценок и использованием ее при оформлении официальных дипломов Академии о высшем образовании, вводят повышенный («Excellent» и «Good») и базовый («Very good» и «Satisfactory») уровень оценок «отлично» и «хорошо» для использования при оформлении ЕПД, согласно Положению об оформлении и выдаче ЕПД.

Таблица 6

Соответствие академической оценке

<table>
<tr><td colspan="2">Академическая оценка</td><td colspan="2">Оценка по шкале ESTS</td></tr>
<tr><td rowspan="5">зачтено</td><td rowspan="2">отлично</td><td rowspan="5">Passed</td><td>A (Excellent)</td></tr>
<tr><td>B (Very Good)</td></tr>
<tr><td rowspan="2">хорошо</td><td>C (Good)</td></tr>
<tr><td>D (Satisfactory)</td></tr>
<tr><td>удовлетворительно</td><td>E (Sufficient)</td></tr>
<tr><td>не зачтено</td><td>неудовлетворительно</td><td>-</td><td>-</td></tr>
</table>

Критерии оценивания в ходе промежуточной аттестации

Оценка «**зачтено**» выставляется обучающемуся:

– если он глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно излагает его на зачете, умеет увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами заданий, не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, правильно обосновывает принятое решение; в ходе обучения демонстрирует полное понимание и использует полученные знания и умения;

– твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач; в ходе обучения демонстрирует понимание и использует полученные знания и умения;

– знает материал, излагает его, но допускает несущественные неточности в ответе на вопрос, в применении теоретических положений при решении практических вопросов и задач; в ходе обучения проявляет понимание и использует полученные знания и умения в выстраивании и реализации своего развития.

Оценка «**не зачтено**» выставляется обучающемуся:

– который не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические задания; учебные достижения демонстрируют низкую степень овладения программным материалом.

6. Методические материалы по освоению дисциплины

Обучение по дисциплине «Управление цифровой репутацией» предполагает изучение курса на аудиторных занятиях (лекции, практические) и самостоятельной работы студентов.

Практические занятия данной дисциплины предполагают их проведение в различных формах с целью выявления полученных знаний, умений, навыков и компетенций.

Подготовка к лекции студентами заключается в следующем:

• повторить материал предыдущей лекции, прочитав его повторно;

• ознакомиться с темой предстоящей лекции (в рабочей программе учебной дисциплины);

• ознакомиться с учебными материалами по данной теме в соответствии с предложенным списком литературы в рабочей программе учебной дисциплины или с электронными материалами, предложенными лектором;

• записать возможные вопросы, которые можно будет задать лектору.

Подготовка к практическим (семинарским) занятиям:

• внимательно прочитать материал лекций, относящихся к данному занятию, ознакомиться с учебными материалами, включая электронные в соответствии с предложенным списком литературы в рабочей программе учебной дисциплины;

• подготовить развернутые ответы на вопросы, предложенные в рабочей программе дисциплины, для обсуждения;

• выполнить задания, если они предусмотрены в письменной форме;

• понять, что для вас осталось неясными и постараться получить на них ответ заранее;

• готовиться к практическим (семинарским) занятиям можно как индивидуально, так и в составе малой группы;

• рабочую программу учебной дисциплины необходимо использовать в качестве основного ориентира в организации обучения;

• электронная версия рабочей программы по дисциплине размещена на сайте Нижегородского института управления, к которой предоставлен авторизованный доступ.

Подготовка к зачету. К зачету необходимо готовиться целенаправленно, регулярно, систематически и с первых дней обучения по данной дисциплине. В самом начале учебного курса необходимо ознакомиться со следующей учебно-методической документацией:

• программой дисциплины;

• перечнем знаний и умений, которыми студент должен владеть;

• тематическими планами лекций, семинарских занятий;

• учебником, учебными пособиями по дисциплине, а также электронными ресурсами;

• перечнем и тематикой письменных работ, а также методическими рекомендациями по их выполнению;

• перечнем вопросов.

Систематическое выполнение всех видов заданий на лекциях, практических занятиях, а также самостоятельная работа позволит успешно освоить дисциплину и создать хорошую базу для прохождения промежуточной аттестации**.**

Эффективность лекционных, семинарских и практических занятий по дисциплине во многом зависит от качества самостоятельной работы студентов, от их самоподготовки. Часть времени, отведенного на самостоятельную работу должна использоваться на подготовку к аудиторным занятиям, другая часть на выполнение домашней работы, осмысление и оформление результатов практических занятий.

При подготовке к занятиям студенту полезно:

• изучить теоретический материал по данной теме (конспект занятия);

• ознакомиться с литературой, рекомендованной преподавателем;

• выполнить задания, предложенные преподавателем, к занятию;

• составить перечень вопросов, вызывающих затруднения, неясности или сомнения, обсудить их с преподавателем или на занятии;

• заниматься самостоятельным поиском дополнительной литературы по изучаемой теме.

В рамках данной дисциплины самостоятельная работа обучающихся включает самостоятельную работу с литературой.

Самостоятельная работа с исследовательской и учебной литературой, изданной на бумажных носителях, сохраняется как важное звено самостоятельной работы в целом, но информационные технологии позволяют использовать как основу для самостоятельной работы не только печатную продукцию учебного или исследовательского характера, но и электронные издания, ресурсы сети Интернет – электронные базы данных, каталоги и фонды библиотек, архивов и т. д.

Самостоятельная работа по лекционному курсу дисциплины в основном выполняется в виде проработки учебного материала лекционных занятий из-за сложности материала, прочитанного ведущим преподавателем.

Самостоятельная работа по подготовке к семинару в основном выполняется в виде самостоятельного изучения учебного материала.

Для подготовки к семинарским занятиям, обучающимся предоставляется возможность самостоятельно заниматься на компьютерах оснащенных электронными учебниками и подключенных к интернету в библиотеке института.

Вопросы для самостоятельной подготовки к лекционным и практическим занятиям

Тема 1 Введение. Зачем управлять цифровой репутацией.

1. Актуальность и значение цифровой репутации в современных условиях.
2. В чем отличие личной репутации от профессиональной, и как формируется репутация компании, продукта или события

Тема 2 Что такое цифровая репутация. Определяемся с понятиями.

1. Приватность и публичность – где провести границу?
2. В чем проблема формирования репутации в современном мире?
3. Зачем нужно управлять цифровой репутацией?

Тема 3 Целевая аудитория в Сети.

1. Как формируется аудитория в цифровом измерении?
2. Что такое профессиональный аккаунт?
3. Как найти, как привлечь, как удержать целевую аудиторию?

Тема 4 Стратегия управления цифровой репутацией.

1. Личностный и корпоративный уровень. Алгоритмы работы с цифровой репутацией.
2. Работа с позитивной и негативной информацией в сети. Работы по выстраиванию положительной репутации.
3. Что такое стратегические коммуникации?
4. Нужен ли SERM для работы с личной репутацией?

Тема 5 Стратегия управления профессиональной репутацией в Сети на примере госслужащих

1. Найдите нормативно-правовые акты о необходимости размещения информации в сети о деятельности госслужащих.
2. Какова ответственность за утаивание сведений об активности в сети для госслужащих?

Тема 6 Управление конфликтами в социальных сетях

1. Как снизить репутационные риски в сети?
2. Назовите виды конфликтов в сети.
3. Как отражается кибербуллинг на цифровой репутации

7. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет

7.1. Основная литература

1. Горелов, Н. А. Развитие информационного общества: цифровая экономика : учебное пособие для вузов / Н. А. Горелов, О. Н. Кораблева. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 241 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-10039-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/515661

2. Касьянов, В. В. Социология Интернета : учебник для вузов / В. В. Касьянов, В. Н. Нечипуренко. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 424 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04944-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/514879

3. Основы цифровой экономики : учебник и практикум для вузов / М. Н. Конягина [и др.] ; ответственный редактор М. Н. Конягина. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 235 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13476-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/519464

4. Хуссейн, И. Д. Цифровые маркетинговые коммуникации : учебное пособие для вузов / И. Д. Хуссейн. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 68 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15010-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/520372

7.2. Дополнительная литература

1. Малкова, Т.Б. Управление персоналом в цифровой экономике : учебное пособие / Т.Б. Малкова. - Москва : КноРус, 2020. - 240 с. - ISBN 978-5-406-00848-5. - Текст : электронный // ЭБС "BOOK.RU" : [сайт]. - URL: http://www.book.ru/book/934247

2. Попов, Е.В. Умные города : монография / Е.В. Попов, К.А. Семячков. - Москва : Юрайт, 2020. - 346 с. - (Актуальные монографии). - ISBN 978-5-534-13732-3. - Текст : электронный // ЭБС "Юрайт" : [сайт]. - URL: https://urait.ru/bcode/466755

3. Управление бизнесом в цифровой экономике: вызовы и решения / под редакцией И. А. Аренкова [и др.]. - Санкт-Петербург : СПбГУ, 2019. - 360 с. - ISBN 978-5-288-05966-7. - Текст : электронный // ЭБС "Лань" : [сайт]. - URL: https://e.lanbook.com/book/133853

4. Цифровая трансформация российского бизнеса : монография / А.И. Позмогов, И.Э. Гергиев, Н.А. Мардеян [и др.]; под редакцией А.И. Позмогова. - Москва : Русайнс, 2019. - 455 с. - ISBN 978-5-4365-3798-6. - Текст : электронный // ЭБС "BOOK.RU" : [сайт]. - URL: http://www.book.ru/book/933886 (дата обращения: 17.09.2020). - Режим доступа: по подписке.

5. Цифровая экономика: социально-психологические и управленческие аспекты : коллективная монография / Е.В. Камнева, А.И. Гретченко, Н.П. Дедов [и др.]; под редакцией Е.В. Камневой, М.М. Симоновой, М.В. Полевой. - Москва : Прометей, 2019. - 172 с. - ISBN 978-5-907166-27-1. - Текст : электронный // ЭБС "IPRBooks" : [сайт]. - URL: http://www.iprbookshop.ru/94580.html

6. Эффективность управления кадрами государственной гражданской службы в условиях развития цифровой экономики и общества знаний : монография / Н.Ф. Алтухова, В.В. Бондаренко, Е.В. Васильева [и др.]; под общей редакцией Е.В. Васильевой, Б.Б. Славина. - Москва : ИНФРА-М, 2021. - 221 с. - (Научная мысль). - ISBN 978-5-16-016453-3. - ISBN 978-5-16-106695-9. - Текст : электронный // ЭБС "Znanium.com" : [сайт]. - URL: http://znanium.com/go.php?id=1028171

7.3. Нормативные правовые документы

1. Конституция Российской Федерации.
2. Федеральный закон от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ "Об образовании в Российской Федерации"
3. Федеральный закон от 27 июля 2006 г. N 149-ФЗ "Об информации, информационных технологиях и о защите информации" (с изменениями и дополнениями)
4. Федеральный закон от 27 июля 2006 г. N 152-ФЗ "О персональных данных" (с изменениями и дополнениями)
5. Федеральный закон "О государственной гражданской службе Российской Федерации" от 27.07.2004 N 79-ФЗ
6. Приказ Министерства образования и науки РФ от 06.04.2021 №245 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры».
7. Образовательный стандарт ФГБОУ ВО «Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации», утвержденный приказом ректора Академии от 29.03.2021 г. № 01-3036 и разработанного на основе федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – магистратура по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент, утвержденного приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 12.08.2020 г. № 952 (зарегистрировано в Министерстве юстиции Российской Федерации 21.08.2020 г., регистрационный №59391).

7.4. Интернет-ресурсы

- https://www.mlg.ru/- система мониторинга СМИ и соцсетей **Ошибка! Недопустимый объект гиперссылки.**

8. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

8.1. Материально-техническая база

Перечень материально-технического обеспечения:

1. Учебные аудитории, оборудованные для проведения учебных занятий лекционного и семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, коллоквиумов, мероприятий текущего контроля и промежуточной аттестации, в том числе мультимедийным оборудованием для демонстрации электронных презентаций и аудио- и видеоматериалов.
2. Компьютерные классы для выполнения групповых тестовых и иных заданий, а также для самостоятельной работы обучающихся оснащенные компьютерной техникой и обеспечением доступа к сети «Интернет» и доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.
3. Специализированные аудитории и лаборатории.
4. Библиотека с обеспечением печатными изданиями или электронно-библиотечная система обеспечивающая доступ к электронным изданиям (электронная библиотека).
5. Читальный зал.
6. Технические средства обучения: персональные компьютеры; компьютерные проекторы; звуковые динамики; программные средства, обеспечивающие просмотр видеофайлов в форматах AVI, MPEG-4, DivX, RMVB, WMV и др.

8.2. Информационные технологии, программное обеспечение:

При осуществлении образовательного процесса по дисциплине используется информационные технологии и программное обеспечение:

1. Современная операционная система.
2. Kaspersky Endpoint Security (или аналог).
3. Средство просмотра файлов формата pdf.
4. Современные офисные средства (текстовые и табличные редакторы, средства работы с презентационными материалами и т.д.).
5. Архиватор 7-Zip.
6. Система дистанционного обучения.
7. Автоматизированная библиотечная система.

8.3. Информационные справочные системы:

1. https://www.urait.ru –Электронно-библиотечная система [ЭБС] Юрайт;
2. http://www.iprbookshop.ru – Электронно-библиотечная система [ЭБС] «IPR SMART» (ранее – IPRBooks)
3. https://e.lanbook.com - Электронно-библиотечная система [ЭБС] «Лань».
4. https://znanium.com - Электронно-библиотечная система [ЭБС] «Znanium.com».
5. https://www.book.ru - Электронно-библиотечная система [ЭБС] «Book.ru».
6. https://ibooks.ru - Электронно-библиотечная система [ЭБС] «ibooks.ru».
7. https://www.ezproxy.ranepa.ru:2443/login?url=https://dlib.eastview.com/ – East View. Полные тексты российских научных и практических журналов, а так же газет центральной прессы России.
8. https://www.ezproxy.ranepa.ru:2443/login?url=https://grebennikon.ru/ - Полные тексты 38 научно-практических журналов по маркетингу, менеджменту, финансам и управлению персоналом ИД «Гребенников»
9. http://www.consultant.ru/ - Справочно-правовая система «Консультант».
10. http://www.garant.ru/ Справочно-правовая система «Гарант».