Лебедева Екатерина Александровна
Подписано цифровой подписью: Лебедева Екатерина Александровна
Дата: 2026.06.16 15:39:45 +03'00'

Приложение 4

к образовательной программе

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

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

_____38.04.02 Менеджмент_____
(код, наименование направления подготовки/специальности)

_____Менеджмент в спортивной индустрии_____
(наименование образовательной программы)

_____заочная_____
(форма обучения)

Год набора – 2026

Нижний Новгород, 2026 г.

Автор(ы)-составитель(и) РПД:

Гребенюк Иван Иванович, канд.тех.наук., доцент, заведующий кафедрой информатики и информационных технологий Нижегородского института управления – филиала РАНХиГС

Цветкова Ирина Николаевна, доцент кафедры информатики и информационных технологий, канд. физ.-мат. наук

Заведующий кафедрой:

Гребенюк Иван Иванович, канд.тех.наук., доцент, заведующий кафедрой информатики и информационных технологий Нижегородского института управления – филиала РАНХиГС

Рабочая программа дисциплины ФТД.01 Управление цифровой репутацией одобрена на заседании кафедры информатики и информационных технологий

Протокол от 11 марта 2026 г. № 16.

СОДЕРЖАНИЕ

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

2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы

3. Содержание и структура дисциплины

4. Типы оценочных материалов, показатели и критерии их оценивания

5. Формы аттестации, типовые оценочные материалы для текущего контроля успеваемости обучающихся, критерии и шкалы оценивания по контрольным точкам

6. Формы промежуточной аттестации, критерии и шкала оценивания, типовые оценочные материалы по дисциплине

7. Методические материалы по освоению дисциплины

8. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

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

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

Дисциплина ФТД.01 Управление цифровой репутацией обеспечивает формирование у обучающихся следующих универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций*:

ОТФ/ТФ и реквизиты ПС	Код компетенции	Наименование Компетенции	Код индикатора достижения компетенций	Наименование индикатора достижения компетенций	Образовательный результат
А. Организация и развитие структурного подразделения, реализующего физкультурно-оздоровительную, физкультурно-спортивную деятельность В/03.6. Управление реализацией кадровой политики, ресурсным и информационным обеспечением. Организация и развитие коммерческих, некоммерче	ПКс-3.	Способен управлять реализацией кадровой политики, ресурсным и информационным обеспечением спортивной организации	ИПКс-3.1.	Владеет навыками управленческой деятельности в области физической культуры и спорта	ИПКс-3.1. З-6. Знает теоретические основы управления цифровой репутацией, принципы работы с онлайн-отзывами и инструменты мониторинга цифрового следа спортивной организации. ИПКс-3.1. У-8. Умеет разрабатывать стратегию управления репутацией в цифровой среде, выявлять репарационные риски и формировать позитивный имидж спортивной

ОТФ/ТФ и реквизиты ПС	Код компетенции	Наименование Компетенции	Код индикатора достижения компетенций	Наименование индикатора достижения компетенций	Образовательный результат
ских клубов, организаций, обществ и объединений, осуществляющих физкультурно-оздоровительную, физкультурно-спортивную деятельность *(ТФ B/01.6 Управление планированием деятельности)* Приказ Минтруда России от 27.04.2023 № 363н «Об утверждении профессионального стандарта «Руководитель организации (подразделения организации), осуществляющей деятельность в					организации в социальных сетях и на профильных цифровых платформах.

ОТФ/ТФ и реквизиты ПС	Код компетенции	Наименование Компетенции	Код индикатора достижения компетенций	Наименование индикатора достижения компетенций	Образовательный результат
области физической культуры и спорта» (зарегистрирован Минюстом России 29.05.2023, регистрационный № 73527)					

2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина ФТД.01 «Управление цифровой репутацией» является факультативной дисциплиной и в соответствии с учебным планом осваивается на 1 курсе. Общая трудоемкость дисциплины (модуля) в зачетных единицах – 2 (72 академических часа /54 астрономических часа).

По заочной форме обучения: количество академических часов, выделенных на контактную работу с преподавателем составляет 8 часов, из них, лекции - 4 часов, практические занятия – 4 часов, консультация – 0 часов. Самостоятельная работа составляет – 60 часов, контроль – 4 часа.

Освоение дисциплины опирается на объем теоретических знаний в области информационно-коммуникационных технологий. Дисциплина реализуется после изучения:

Б1.О.05 Современный менеджмент.

3. Содержание и структура дисциплины

3.1. Структура дисциплины

Заочная форма обучения

№ п/п	Наименование тем и (или) разделов	ВСЕГО	Объем дисциплины, ак.час											Форма текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации
			Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий									Самостоятельная работа		
			Период теоретического обучения						Период промежуточной аттестации (сессия)					
			Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа		ИК	КСР	КЭ	Каттэк	Контроль	СРкр	СРэк	СР
			Л	ВЛ	ЛР	ПЗ								
Заочная форма обучения														
Тема 1	Введение. Зачем управлять цифровой репутацией?	11	0,5			0,5							10	Дискуссия, заслушивание докладов, решение практических заданий
Тема 2	Что такое цифровая репутация. Определяемся с понятиями.	11	0,5			0,5							10	Контрольные задания с развернутым ответом
Тема 3	Целевая аудитория в Сети	12	1			1							10	Контрольные задания с развернутым ответом
Тема 4	Стратегия управления	12	1			1							10	Контрольные задания с развернутым

№ п/п	Наименование тем и (или) разделов	ВСЕГО	Объем дисциплины, ак.час											Форма текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации
			Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий									Самостоятельная работа		
			Период теоретического обучения						Период промежуточной аттестации (сессия)					
			Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа		ИК	КСР	КЭ	Каттэк	Контроль	СРкр	СРэк	СР	
			Л	ВЛ	ЛР	ПЗ									
	цифровой репутацией														ответом
Тема 5	Стратегия управления профессиональной репутацией в Сети на примере госслужащих	11	0,5			0,5								10	Контрольные задания с развернутым ответом
Тема 6	Управление конфликтами в социальных сетях	11	0,5			0,5								10	Контрольные задания с развернутым ответом
Промежуточная аттестация		4								4					Зачет
Итого		**72**	**4**			**4**				**4**				**60**	

Используемые сокращения:

Л – лекции - занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации обучающимся педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях,).

ВЛ – видео лекции.
ЛР – лабораторные работы.
ПЗ – практические занятия (за исключением лабораторных работ).
ИК – индивидуальные консультации.
КСР – контроль самостоятельной работы
КЭ – консультации перед экзаменом
Каттэк – контактная работа на аттестацию в период экзаменационных сессий
Контроль - контактная работа на аттестацию в период экзаменационных сессий для заочной формы обучения
СРкр – самостоятельная работа на подготовку курсовой работы/ курсового проекта.
СРэк – самостоятельная работа на подготовку к экзамену.
СР – самостоятельная работа в семестре на подготовку к учебным занятиям.

3.2. Содержание дисциплины

Тема 1. Введение. Зачем управлять цифровой репутацией? ИПКс-3.1.

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. ИПКс-3.1.

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. ИПКс-3.1.

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. ИПКс-3.1.

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. ИПКс-3.1.

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. ИПКс-3.1.

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. Типы оценочных материалов, показатели и критерии оценивания

4.1. Оценочные материалы по дисциплине ФТД.01 «Управление цифровой репутацией» входят в состав оценочных материалов по образовательной программе. Совокупность оценочных материалов по всем дисциплинам (модулям) образовательной программы составляет фонд оценочных средств (далее – ФОС). ФОС используется при проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся с целью оценивания достижения обучающимися планируемых результатов обучения.

4.2. ФОС разработан как комплекс проверочных заданий различного типа и уровня сложности, включает критерии и шкалы оценивания, а также «ключи» правильных ответов. ФОС формируется как отдельный документ и хранится в электронном виде, доступ к ФОС предоставлен ограниченному кругу лиц.

4.3. Для самостоятельной работы обучающихся при подготовке к текущему контролю успеваемости и промежуточной аттестации в рабочих программах дисциплин размещены типовые проверочные задания, которые можно условно разделить на задания закрытого, комбинированного и открытого типов.

Задания закрытого типа — это тестовые задания, в которых каждый вопрос сопровождается готовыми вариантами ответов, из которых необходимо выбрать один или несколько правильных.

Задания комбинированного типа – это тестовые задания, в которых каждый вопрос сопровождается готовыми вариантами ответов, из которых необходимо выбрать один или несколько правильных и обосновать свой выбор.

Задания открытого типа — это задания, в которых на каждый вопрос должен быть предложен развернутый обоснованный ответ.

В зависимости от типа задания рекомендованы определенная последовательность выполнения и система оценивания выполнения заданий.

4.4. Типы заданий, сценарии выполнения, критерии оценивания

ТИП ЗАДАНИЯ	ИНСТРУКЦИЯ	СЦЕНАРИИ ВЫПОЛНЕНИЯ	КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ
Задание закрытого типа с выбором одного правильного ответа из нескольких вариантов предложенных	Прочитайте текст, выберите правильный ответ	1.Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов. 2. Внимательно прочитать предложенные вариант-ты ответа. 3. Выбрать один верный ответ. 4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа (например, 3 или В).	Ответ считается верным, если правильно указана цифра или буква
Задание закрытого типа на установление соответствия	Прочитайте текст и установите соответствие	1.Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидаются пары элементов. 2. Внимательно прочитать оба списка: список 1 – вопросы, утверждения, факты, понятия и т.д.; список 2 – утверждения, свойства объектов и т.д. 3. Сопоставить элементы списка 1 с элементами списка 2, сформировать пары элементов. 4. Записать попарно буквы и цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа (например, А1 или Б4).	Ответ считается верным, если правильно указаны цифры или буквы
Задание закрытого типа с выбором нескольких правильных ответов из нескольких	Прочитайте текст, выберите правильные ответы	1.Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается несколько правильных ответов из предложенных вариантов. 2. Внимательно прочитать предложенные	Ответ считается верным, если правильно установлены все соответствия (позиции из одного столбца верно сопоставлены с позициями

ТИП ЗАДАНИЯ	ИНСТРУКЦИЯ	СЦЕНАРИИ ВЫПОЛНЕНИЯ	КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ
вариантов предложенных		вариант-ты ответа. 3. Выбрать несколько правильных ответов. 4. Записать только номера (или буквы) выбранного варианта ответа (например, 1 4 или А Г).	другого)
Задание закрытого типа на установление последовательности	Прочитайте текст и установите последовательность	1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается последовательность элементов. 2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа. 3. Построить верную последовательность из предложенных элементов. 4. Записать буквы/цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа в нужной последовательности (например, БВА или 135).	Ответ считается верным, если правильно указана вся последовательность цифр
Задание комбинированного типа с выбором одного правильного ответа из предложенных и обоснованием выбора	Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа	1.Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов. 2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа. 3. Выбрать один верный ответ. 4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа. 5. Записать аргументы, обосновывающие выбор	Ответ считается верным, если правильно указана цифра или буква и приведены корректные аргументы, используемые при выборе ответа

ТИП ЗАДАНИЯ	ИНСТРУКЦИЯ	СЦЕНАРИИ ВЫПОЛНЕНИЯ	КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ
		ответа (например, 4 текст обоснования).	
Задание открытого типа с развернутым ответом	Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ	1. Внимательно прочитать текст задания и понять суть вопроса. 2.Продумать логику и полноту ответа. 3.Записать ответ, используя четкие компактные формулировки. 4.В случае расчетной задачи, записать решение и ответ	Ответ считается верным: 1. Отсутствие фактических ошибок. 2. Раскрытие объема используемых понятий (полнота ответа). 3.Обоснованность ответа (наличие аргументов). 4. Логическая последовательность излагаемого материала.

4.5. Общая шкала оценивания результатов текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся с применением БРС

Итоговая балльная оценка	**Традиционная система**	**Бинарная система**	**ECTS**	
			Для традиционной системы	**Для бинарной системы**
95-100	Отлично	Зачтено	A	P/ Passed
85-94			B	P/ Passed
75-84	Хорошо		C	P/ Passed
65-74			D	P/ Passed
55-64	Удовлетворительно		E	P/ Passed
0-54	Неудовлетворительно	Не зачтено	F	F/Failed

Соотношение баллов за текущий контроль успеваемости и промежуточную аттестацию, а также повторную промежуточную аттестацию:

Максимальная сумма баллов за текущий контроль успеваемости	Максимальная сумма баллов за промежуточную аттестацию	Максимальная итоговая балльная оценка	Максимальная сумма баллов за повторную промежуточную аттестацию
60 баллов	40 баллов	100 баллов	100 баллов

5. Формы аттестации, типовые оценочные материалы для текущего контроля успеваемости обучающихся, критерии и шкалы оценивания по контрольным точкам

5.1. В ходе реализации дисциплины ФТД.01 «Управление цифровой репутацией» используются следующие формы текущего контроля успеваемости обучающихся (в том числе, задания к контрольным точкам): *опрос, контрольное задание открытого типа с развернутым ответом.*

5.2. Типовые оценочные материалы для текущего контроля успеваемости обучающихся (вне контрольных точек):

Тема 1. Введение. Зачем управлять цифровой репутацией? ИПКс-3.1.

Темы докладов

1. **Цифровая репутация: определение и значение**

- Введение в понятие цифровой репутации и её влияние на личную и профессиональную жизнь.

2. **Почему важно управлять цифровой репутацией?**
   - Анализ причин, по которым управление цифровой репутацией становится необходимым в современном обществе.

3. **Влияние цифровой репутации на карьеру и бизнес**
   - Как цифровая репутация может повлиять на карьерный рост и успех бизнеса. Примеры успешных и неуспешных кейсов.

4. **Методы и инструменты для мониторинга цифровой репутации**
   - Обзор современных инструментов и методов для отслеживания и управления цифровой репутацией.

5. **Стратегии защиты и улучшения цифровой репутации**
   - Практические советы по защите и улучшению цифровой репутации в социальных сетях и на профессиональных платформах.

6. **Роль социальных медиа в формировании цифровой репутации**
   - Влияние социальных сетей на восприятие личности и бренда. Анализ положительных и отрицательных аспектов.

7. **Цифровая репутация и доверие: как сохранить и укрепить**
   - Важность доверия в цифровую эпоху и способы его поддержания через управление репутацией.

8. **Юридические и этические аспекты управления цифровой репутацией**
   - Правовые и этические вопросы, связанные с управлением и защитой цифровой репутации.

9. **Будущее цифровой репутации: тренды и прогнозы**
   - Перспективы развития управления цифровой репутацией и новые вызовы, которые появятся в будущем.

10. **Истории успеха: кейсы по управлению цифровой репутацией**
    - Реальные примеры компаний и личностей, успешно справившихся с управлением своей цифровой репутацией.

Контрольные задания с развернутым ответом

Задание 1

Проанализировать динамику упоминаемости губернатора одного из субъектов РФ в рейтинге информационно-аналитической системы.

Задание 2

Создать модель корпоративной идентичности в интернете для одной из компаний (Газпром, Норникель, Аэрофлот и др.).

Задание 3

Разработать контент-план публикаций для позитивной статьи об успешной работе молочного комбината, выпускающего продукцию, пользующуюся спросом у населения.

Задание 4

Создать программу репутационного аудита выбранной организации по одной из методик (Гр. Даулинга, И. Олейника и А. Лапшова, Л. Сальниковой). Подготовить анализ методов формирования цифровой репутации выбранной организации.

Задание 5

Проанализировать цифровую репутацию одного из регионов РФ, составить обзор методов измерения медиарепутации региона.

Задание 6

Проанализировать взаимосвязь между активной инвестиционной политикой региона и его цифровой репутацией. Например, привести примеры, когда в продвижении регионов используются имена известных земляков, и определить, когда это является имиджевым, а когда репутационным инструментом.

Тема 2. Что такое цифровая репутация. Определяемся с понятиями. ИПКс-3.1.

Контрольные задания с развернутым ответом

Задание 1

Провести репутационный аудит — проанализировать, что уже есть о компании в открытом доступе, какие впечатления формируются при поиске в интернете, на маркетплейсах, в соцсетях и СМИ.

Задание 2

Разработать стратегию управления цифровой репутацией — например, для компании, которая хочет повысить популярность её продукции в цифровой среде. Можно разработать пул цифровых СМИ и составить контент-план публикаций.

Задание 3

Проанализировать цифровую репутацию одного из регионов РФ — составить обзор методов измерения медиарепутации региона, подготовить характеристику регионов, которые используют фестивали как

инструмент формирования репутации, и регионов, которые используют выставки и ярмарки как инструмент формирования репутации.

Задание 4

Проанализировать взаимосвязь между активной инвестиционной политикой региона и его цифровой репутацией — например, привести примеры, когда в продвижении региона используются имена известных земляков, и определить, когда это является имиджевым, а когда репутационным инструментом.

Тема 3. Целевая аудитория в Сети. ИПКс-3.1.

Контрольные задания с развернутым ответом

Задание 1

Анализ контента сообщества социальной сети. Например, нужно определить целевую аудиторию сообщества согласно пользовательским задачам, описать основные типы контента, выявить наиболее популярные темы, оценить уровень взаимодействия администрации сообщества с участниками.

Задание 2

Составление портрета целевой аудитории. Можно создать «персоны» — вымышленных представителей каждого сегмента аудитории с конкретными характеристиками, потребностями и желаниями. Например, портрет: «Молодая мама Анна, 28 лет, живёт в городе, имеет ребёнка 2 лет, интересуется здоровым питанием и детскими товарами, активно использует социальные сети, ищет качественные и безопасные товары для ребёнка».

Задание 3

Анализ конкурентов. Можно изучить сайты конкурентов, социальные сети конкурентов, отзывы о конкурентах, чтобы понять, кто является целевой аудиторией конкурентов, их сильные и слабые стороны.

Задание 4

Тестирование гипотез. Можно запустить несколько вариантов рекламы на разные сегменты, получить обратную связь в виде метрик и скорректировать стратегию за несколько дней, а не месяцев, как это происходит в традиционном маркетинге.

Тема 4. Стратегия управления цифровой репутацией. ИПКс-3.1.

Контрольные задания с развернутым ответом

Задание 1

Заполнение «Карты цифровой репутации» — задание, которое может включать разделы, посвящённые определению цифровой репутации, составляющим цифровой репутации, как определить хорошую или плохую цифровую репутацию.

Задание 2

Составление эмоционального портрета сетевой целевой аудитории — задание, которое может включать анализ различия аудиторий на различных сетевых площадках, корреляции с тональностью (хорошая или плохая репутация).

Задание 3

Анализ кейса — например, кейса компании, которая столкнулась с репутационным ущербом из-за скандала, и нужно рассмотреть, как компания приняла меры для восстановления доверия аудитории. В задании можно рассмотреть шаги: публичное признание и извинения, замена руководства, запуск программы по экологическим инновациям, активное продвижение электромобилей.

Задание 4

Разработка стратегии управления репутацией — задание, в котором нужно описать, как компания управляет репутацией в сети, например, как часто и с помощью каких сервисов нужно отслеживать отзывы и как на них отвечать. В стратегии можно включить разделы: упоминания (комментарии или посты пользователей в социальных сетях), работа с отзывами (площадки, правила их отработки), SERM (управление репутацией в поисковой выдаче) и другие.

Задание 5

Использование инструментов — например, сервисов мониторинга (Brand Analytics, «Медиалогия»), которые собирают упоминания о бренде в реальном времени, и систем для работы с отзывами (специализированные CRM-системы). В задании можно рассмотреть, как эти инструменты помогают отслеживать упоминания и анализировать тональность отзывов.

Тема 5. Стратегия управления профессиональной репутацией в Сети на примере госслужащих. ИПКс-3.1.

Контрольные задания с развернутым ответом

Задание 1

Заполнение «Карты цифровой репутации». В задании можно попросить проанализировать текущую аудиторию в сети, составить эмоциональный портрет сетевой целевой аудитории и определить, как два пути управления аудиторией (прямой и косвенный) влияют на наработку доверия.

Задание 2

Решение кейса о конфликте в сети, например, о конфликте прямого или косвенного участия. В задании можно предложить рекомендации по решению конфликта, учитывая цели управления цифровой репутацией. Например, в кейсе «Увольнение Галины Паниной» можно рассмотреть, как тактика реагирования в конфликте косвенного участия связана с поставленными целями управления репутацией.

Задание 3

Анализ конфликта в сети, например, кибербуллинга. В задании можно попросить найти информацию о конфликте, описать и проанализировать его, обозначить тему, восстановить историю и спрогнозировать действия в подобной ситуации.

Задание 4

Разработка стратегии управления цифровой репутацией, включая работу с системой мониторинга, работу с негативом (удаление и выдавливание) и позитивом (создание уникального контента, расширение целевой аудитории). В задании можно предложить, как поставить KPI для оценки эффективности работы с цифровой репутацией

Тема 6. Управление конфликтами в социальных сетях. ИПКс-3.1.

Контрольные задания с развернутым ответом

Задание 1

Анализ конфликта. Выбрать ситуацию из жизни или работы, где возник конфликт, описать участников и их интересы. Применить модель управления конфликтами (например, модель Томаса-Килмана) для анализа ситуации, описать, какие стратегии можно было бы использовать для разрешения конфликта.

Задание 2

Ролевые игры. Например, разделить участников на две группы с противоположными мнениями по какому-то вопросу (например, внедрение новых технологий). Каждая группа должна подготовить аргументы своей позиции. После обсуждения провести дебаты, а затем попробовать найти компромисс.

Задание 3

Исследование. Провести небольшое исследование о типах конфликтов (межличностные, групповые, организационные и т. д.). Подготовить презентацию, в которой описать основные типы конфликтов, привести примеры из жизни и поделиться методами их разрешения.

Задание 4

Разработка стратегии. Например, представить, что человек — менеджер команды, и разработать стратегию управления конфликтами для команды: описать шаги, которые нужно предпринять для создания среды, в которой конфликты могут быть разрешены конструктивно, указать, какие инструменты и методы будут использоваться для контроля конфликтов.

Задание 5

Систематизация знаний. Создать таблицу или mind-map (интеллект-карту), в которой перечислить основные причины конфликтов, методы их разрешения и примеры из разных сфер жизни (работа, семья, друзья).

5.3. Один или несколько тематических блоков дисциплины завершаются

контрольной точкой (далее – КТ). Текущий контроль успеваемости по дисциплине предусматривает не менее 2 (двух) и не более 10 (десяти) КТ в течение периода освоения дисциплины.

Максимальное количество баллов за любой тип работ в рамках КТ составляет 100 (сто) баллов.

Распределение весовых коэффициентов по КТ в рамках текущего контроля успеваемости по дисциплине и формулы расчета:

Наименование контрольной точки	Максимальное количество баллов за работу в рамках КТ, которое может набрать студент	Коэффициент веса контрольной точки	Результат контрольной точки, участвующий в формировании итоговой балльной оценки по дисциплине (отражается в журнале БРС в СДО)
КТ 1	100	0,2	20
КТ 2	100	0,2	20
КТ 3	100	0,2	20
Итого:	х	0,6	60

Формула расчета результата контрольной точки:
Результат контрольной точки = Количество баллов за работу в рамках КТ х Коэффициент веса контрольной точки.

5.4. Формы текущего контроля успеваемости обучающихся в рамках КТ и типовые оценочные материалы:

КТ – 1.

Тема 1 и2

Опрос:

Вопросы для опроса:

№ п.п.	Содержание вопроса
1	Почему важна цифровая репутация для бизнеса**?**
2	Какие источники формируют цифровую репутацию**?**
3	Зачем управлять цифровой репутацией для личности**?**
4	Что такое цифровая репутация?
5	Как влияет цифровая репутация на доверие аудитории и успешность бизнеса в целом?
6	Почему цифровая репутация существует даже если бренд ничего не публикует — о нём всё равно говорят клиенты: оставляют отзывы на продукты, обсуждают в соцсетях?

Критерии оценивания опроса:

Диапазон баллов	Описание критерия
85-100	Обучающийся полно излагает материал (отвечает на вопрос), дает правильное определение основных понятий; обнаруживает понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на практике, привести необходимые примеры не только из учебника, но и самостоятельно составленные; технически излагает материал.
65-84	Обучающийся дает ответ, удовлетворяющий тем же требованиям, что и для оценки «отлично», но допускает 1–2 ошибки, которые сам же исправляет, и 1–2 недочета в последовательности и языковом оформлении излагаемого.
55-64	Обучающийся обнаруживает знание и понимание основных положений данной темы, но излагает материал неполно и допускает неточности в определении понятий или формулировке правил; не умеет достаточно глубоко и доказательно обосновать свои суждения и привести свои примеры; излагает материал непоследовательно и допускает ошибки в языковом оформлении излагаемого.
0-54	Обучающийся обнаруживает незнание вопроса, допускает ошибки в формулировке определений и правил, искажающие их смысл, беспорядочно и неуверенно излагает материал.

КТ – 2.

Тема 3 и 4

Опрос:

Вопросы для опроса:

№ п.п.	Содержание вопроса
1.	Что такое целевая аудитория в интернете (ЦА)?
2.	Какие методы помогают определить целевую аудиторию в интернете?
3.	Какие стратегии работы с целевой аудиторией в интернете?
4.	Какие инструменты для анализа целевой аудитории в интернете?
5.	Что такое цифровая репутация и почему важно управлять ею?
6.	Какие этапы включает стратегия управления цифровой репутацией?
7.	Как использовать специализированные инструменты для мониторинга упоминаний в социальных сетях, блогах, отзовиках и СМИ?
8.	Как использовать положительные отзывы в продвижении — например, добавлять цитаты в описание товара, создавать раздел

№ п.п.	Содержание вопроса
	«Частые вопросы» на основе популярных замечаний?
9.	Как оценить эффективность стратегии управления цифровой репутацией — например, SERM-стратегии?
10.	Какие законодательные аспекты необходимо учитывать при управлении цифровой репутацией — например, в сфере персональных данных, закона о «фейковых новостях» или закона о противодействии экстремизму?

Критерии оценивания опроса:

Диапазон баллов	Описание критерия
85-100	Обучающийся полно излагает материал (отвечает на вопрос), дает правильное определение основных понятий; обнаруживает понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на практике, привести необходимые примеры не только из учебника, но и самостоятельно составленные; технически правильно излагает материал.
65-84	Обучающийся дает ответ, удовлетворяющий тем же требованиям, что и для оценки «отлично», но допускает 1–2 ошибки, которые сам же исправляет, и 1–2 недочета в последовательности и языковом оформлении излагаемого.
55-64	Обучающийся обнаруживает знание и понимание основных положений данной темы, но излагает материал неполно и допускает неточности в определении понятий или формулировке правил; не умеет достаточно глубоко и доказательно обосновать свои суждения и привести свои примеры; излагает материал непоследовательно и допускает ошибки в языковом оформлении излагаемого.
0-54	Обучающийся обнаруживает незнание вопроса, допускает ошибки в формулировке определений и правил, искажающие их смысл, беспорядочно и неуверенно излагает материал.

КТ – 3.

Тема 5-6

Опрос:

Вопросы для опроса:

№ п.п.	Содержание вопроса
1.	Какие факторы влияют на формирование репутации госслужащего**?**

№ п.п.	Содержание вопроса
2.	Какие правила поведения в сети должны соблюдать госслужащие?
3.	Какие особенности платформ социальных сетей влияют на восприятие официальных сообщений аудиторией?
4.	Какие инструменты мониторинга используются для управления цифровой репутацией?
5.	Какие тактики работы с негативом применяются на собственных и «чужих» сетевых площадках?
6.	Какие факторы способствуют возникновению конфликтов в социальных сетях**?**
7.	Какие типы конфликтов в социальных сетях существуют и чем они отличаются?
8.	Какие методы разрешения конфликтов в социальных сетях используются социальными платформами?
9.	Как социальные платформы могут выступать в роли медиаторов**?**
10.	Какие меры можно предпринять, чтобы снизить уровень конфликтности в сообществе?

Критерии оценивания опроса:

Диапазон баллов	Описание критерия
85-100	Обучающийся полно излагает материал (отвечает на вопрос), дает правильное определение основных понятий; обнаруживает понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на практике, привести необходимые примеры не только из учебника, но и самостоятельно составленные; технически правильно излагает материал.
65-84	Обучающийся дает ответ, удовлетворяющий тем же требованиям, что и для оценки «отлично», но допускает 1–2 ошибки, которые сам же исправляет, и 1–2 недочета в последовательности и языковом оформлении излагаемого.
55-64	Обучающийся обнаруживает знание и понимание основных положений данной темы, но излагает материал неполно и допускает неточности в определении понятий или формулировке правил; не умеет достаточно глубоко и доказательно обосновать свои суждения и привести свои примеры; излагает материал непоследовательно и допускает ошибки в языковом оформлении излагаемого.
0-54	Обучающийся обнаруживает незнание вопроса, допускает ошибки в формулировке определений и правил, искажающие их смысл, беспорядочно и

Диапазон баллов	Описание критерия
	неуверенно излагает материал.

5.5. Описание дополнительных материалов и оборудования, необходимых для выполнения проверочных заданий.

Обучающемуся разрешается использование компьютера

6. Формы промежуточной аттестации, критерии и шкала оценивания, типовые оценочные материалы по дисциплине

6.1. Промежуточная аттестация проводится в форме устного зачета.

6.2. Типовые оценочные материалы промежуточной аттестации.

Тема 1. Введение. Зачем управлять цифровой репутацией? ИПКс-3.1.

1. Задания открытого типа.

1.1. Вопросы открытого типа.

№ п.п.	Вопрос	Ответ
1.	Что такое цифровая репутация**?**	
2.	В чём разница между понятиями «репутация» и «цифровая репутация»**?**	
3	Как определить «хорошую» или «плохую» цифровую репутацию**?**	

1.2. Контрольные задания с ключами правильных ответов.

Задание 1

Заполнение «Карты цифровой репутации». В задании нужно определить, как определить хорошую или плохую цифровую репутацию, и заполнить разделы «Карты».

Задание 2

Анализ взаимосвязи между активной инвестиционной политикой региона и его цифровой репутацией. Например, нужно определить, когда использование имён известных земляков в продвижении региона является имиджевым, а когда — репутационным инструментом.

2. Задания комбинированного типа.

2.1. Тестовые задания с обоснованием выбора.

№ п.п.	Содержание задания	Правильный ответ	Аргументы, обосновывающие выбор ответа
1.	Верно ли утверждение, что цифровая репутация важна только для бизнеса, связанного с онлайн-продажами? Варианты ответов; а) Верно б) Неверно		
2.	Верно ли утверждение, что если у персоны или компании нет собственных площадок в Интернете, то заниматься управлением цифровой репутацией не требуется? Варианты ответов; а) Верно б) Неверно		

3. Задания закрытого типа.

3.1. Тестовые задания.

Тест 1.

Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.

Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.

Выбрать верные ответы.

1.Управление цифровой репутацией – это значит:

а) работать с отзывами о бизнесе или персоне

б) отслеживать и убирать из Сети негатив

в) вести активную рекламу бизнеса или персоны в Сети

г) работать над формированием узнаваемого сетевого образа бизнеса или персоны

2. **Влияет ли цифровая репутация напрямую на прибыль бизнеса?**

а) да

б) нет

в) Да, но при условии, что бизнес связан с онлайн-продажами

г) Нет, прибыль зависит прежде всего от качества товаров\услуг

3. Как можно оценить цифровую репутацию бизнеса или персоны?

а) Ввести название компании или персоны в поисковую строку и посмотреть, есть ли в результатах выдачи негатив

б) Заказать у специалистов аналитику упоминаний компании или персоны в Сети

в) Использовать автоматические системы мониторинга, такие как система «Медиалогия»

г) Провести опрос в соцсетях

4. В чем отличие OMR от SERM?

а) SERM – это часть общей стратегии по управлению цифровой репутацией бизнеса или персоны

б) OMR – это часть работы SERM-специалиста

в) OMR – это работа с контентом, а SERM – это работа с результатами поисковой выдачи

г) Это разные аббревиатуры одного понятия, которое означает набор методов по выводу негатива о персоне или бизнесе из Сети

5. Как используется цифровая репутация бизнеса или персоны?

а) Цифровая репутация – это резюме для трудоустройства на работу

б) Цифровая репутация – это визитная карточка компании или персоны для первого знакомства

в) Все вышеперечисленное

г) Ничего из вышеперечисленного

д) Цифровая репутация – это стартовый капитал для продвижения личного бренда или бизнеса

Тема 2. Что такое цифровая репутация. Определяемся с понятиями. ИПКс-3.1.

1. Задания открытого типа.

1.1. Вопросы открытого типа.

№ п.п.	Вопрос	Ответ

№ п.п.	Вопрос	Ответ
1.	Почему цифровая репутация существует даже если бренд ничего не публикует — о нём всё равно говорят клиенты: оставляют отзывы на продукты, обсуждают в соцсетях?	
2.	Какие инструменты помогают отслеживать, анализировать и формировать имидж компании в интернете?	
3	Какие задачи решает управление цифровой репутацией: формирование репутации, корректирование репутации, защита репутации?	
4	Какие факторы влияют на формирование цифровой репутации бренда или личности?	
5	Что такое «Эффект Стрейзанд»?	

1.2. Контрольные задания с ключами правильных ответов.

Задание 1

Провести репутационный аудит — проанализировать, что уже есть о компании в открытом доступе, какие впечатления формируются при поиске в интернете, на маркетплейсах, в соцсетях и СМИ.

Задание 2

Проанализировать, с помощью каких коммуникационных технологий удалось капитализировать бизнес, опираясь на известность и авторитет основателя.

2. Задания закрытого типа.

2.1. Тестовые задания.

Тест 1.

Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.

Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.

Выбрать верные ответы.

1**. Сколько времени занимает создание цифровой репутации с нуля?**

а) От пары дней до пары месяцев в зависимости от того, как быстро будут готовы ваши собственные сетевые площадки в Сети

б) Минимум один год, необходимый для запуска и проведения эффективных рекламных кампаний в Сети по продвижению бизнеса или персоны

в) Два-три года, чтобы у целевой аудитории сформировался хорошо узнаваемый позитивный сетевой образ бизнеса или персоны

г) Чем больше денег выделяется на рекламу в Сети, тем быстрее формируется цифровая репутация

2. Можно ли удалить негатив из Сети

а) Можно, если докажете, что информация не соответствует действительности

б) Можно попытаться, но надо иметь в виду, что Сеть помнит все

в) Полностью удалить нельзя, но можно скрыть

г) Верно все вышеперечисленное

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. Сколько времени требуется, чтобы отработать негатив с упоминанием бизнеса или персоны?

а) 2–3 месяца

б) зависит от количества негатива, который требуется нивелировать

в) 1–2 месяца

г) 3–6 месяцев

д) 2-3 дня, дальше работать не имеет смысла, негатив уже

закрепился в связке с упоминанием персоны или бизнеса

5. Первый шаг при разработке стратегии управления репутацией – это…

а) Мониторинг

б) Покупка отзывов

в) Запуск рекламы

г) Создание бренда бизнеса или персоны

Тема 3. Целевая аудитория в Сети. ИПКс-3.1.

1. Задания открытого типа.

1.1. Вопросы открытого типа.

№ п.п.	Вопрос	Ответ
1.	Что такое целевая аудитория в интернете?	
2.	Какие методы используются для определения целевой аудитории в интернете?	
3	Какие стратегии работы с целевой аудиторией в интернете?	
4	Какие инструменты используются для анализа целевой аудитории в интернете?	

1.2. Контрольные задания с ключами правильных ответов.

Задание 1

Анализ контента сообщества социальной сети. Задание может включать следующие вопросы: определить целевую аудиторию сообщества согласно пользовательским задачам, описать основные типы контента, выявить наиболее популярные темы, оценить уровень взаимодействия администрации сообщества с участниками и сделать выводы относительно соответствия контента интересам целевой аудитории.

Задание 2

Составление портрета целевой аудитории. В портрете указывают не только пол и возраст, но и потребности, мотивацию, страхи клиентов, чтобы понять, как с ними взаимодействовать.

2. Задания закрытого типа.

2.1. Тестовые задания.

Тест 1.

Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.

Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.

Выбрать верные ответы.

1**. Большинство пользователей просматривают в результатах поисковой выдачи:**

а) Не дальше первых трех страниц (первые 30 результатов)

б) Не дальше первой страницы (первые 10 результатов)

в) Не дальше первых двух страниц (первые 20 результатов)

г) Пока не найдут то, что ищут

2. Самая популярная поисковая система в России (в настоящее время) – это …

а) Google

б) Яндекс

в) Rambler

г) Mail.ru

3. **В каких социальных сетях необходимо завести площадку для эффективного управления цифровой репутацией бизнеса или персоны в России**

а) ВКонтакте – самая массовая социальная сеть в России

б) Фейсбук – в России рассматривается как площадка для бизнеса или формирования профессионального бренда

в) Инстаграм – самая популярная социальная сеть в России у аудитории от 16 до 24 лет

г) Все вышеперечисленные площадки

д) Все возможные социальные сети, кроме Одноклассников. Присутствие там только нанесёт вред вашей цифровой репутации

е) Там, где будет максимальный отклик вашей целевой аудитории

4**. Что такое целевая аудитория в Сети?**

а) Это аудитория потенциальных потребителей информации о конкретном цифровом объекте или субъекте

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

5**. Какова ваша потенциальная сетевая аудитория?**

а) Меньше 50 пользователей

б) Больше тысячи пользователей

в) Больше нескольких тысяч пользователей

г) 92,8 миллионов пользователей Рунета

д) 4,5 миллиарда пользователей Сети

Тема 4. Стратегия управления цифровой репутацией. ИПКс-3.1.

1. Задания открытого типа.

1.1. Вопросы открытого типа.

№ п.п.	Вопрос	Ответ
1.	Что такое цифровая репутация и почему важно управлять ею?	
2.	Как проводится аудит текущей цифровой репутации?	
3	Какие методы реализации стратегии управления цифровой репутацией используются?	
4	Как оценивать эффективность стратегии управления цифровой репутацией?	
5	Какие риски можно столкнуться при реализации стратегии управления цифровой репутацией?	
6	Как измерить результаты стратегии, например, SERM-продвижения?	

1.2. Контрольные задания с ключами правильных ответов.

Задание 1

Проанализировать цифровую репутацию одного из регионов РФ. Составить обзор методов измерения медиарепутации региона, подготовить характеристику регионов, которые используют фестивали как инструмент

формирования репутации, и регионов, которые используют выставки и ярмарки как инструмент формирования репутации.

Задание 2

Разработать контент-план публикаций для компании, которая обратилась с просьбой повысить популярность её продукции в цифровой среде.

2. Задания закрытого типа.

2.1. Тестовые задания.

Тест 1.

Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.

Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.

Выбрать верные ответы.

1. Управление цифровой репутацией — это значит?

А) работать с отзывами о бизнесе или персоне;

Б) отслеживать и убирать из Сети негатив;

В) вести активную рекламу бизнеса или персоны в Сети;

Г) работать над формированием узнаваемого сетевого образа бизнеса или персоны.

2. Сколько времени занимает создание цифровой репутации с нуля?

А) От пары дней до пары месяцев в зависимости от того, как быстро будут готовы собственные сетевые площадки;

Б) Минимум один год, необходимый для запуска и проведения эффективных рекламных кампаний в Сети по продвижению бизнеса или персоны;

В) Два-три года, чтобы у целевой аудитории сформировался хорошо узнаваемый позитивный сетевой образ бизнеса или персоны.

3**. Максимальное доверие у целевой аудитории в Сети вызывают**

а) Видеоотзывы или видеообращения

б) Информация с указанием авторства и ссылками на заслуживающие доверия источники

в) Много хороших текстовых отзывов на разных площадках с именем автора или ссылкой на его профиль в сети

г) Качественные фотографии с хорошей обработкой

д) Все вышеперечисленное

е) Ничего из вышеперечисленного, только личные рекомендации френдов

4**. Как распознать, что против бизнеса или персоны началась информационная атака?**

а) на ваших площадках стали появляться негативные отзывы

б) количество негатива в регулярных мониторингах упоминания вашего бизнеса или персоны превышает среднестатистические показатели на 15-20%

в) в течение пары часов на различных сетевых площадках появилось несколько десятков негативных упоминаний вашего бизнеса или персоны

г) произошел резкий отток подписчиков и друзей с ваших сетевых площадок

5**. Верно ли утверждение, что основные составляющие стратегии цифровой репутации одинаковы как для крупного бизнеса, так и для обычного пользователя Сети?**

1) Верно

2) Неверно

Тема 5. Стратегия управления профессиональной репутацией в Сети на примере госслужащих. ИПКс-3.1.

1. Задания открытого типа.

1.1. Вопросы открытого типа.

№ п.п.	Вопрос	Ответ
1.	Какие тактики работы с негативом применяются на собственных и «чужих» сетевых площадках?	
2.	Какие тактики работы с позитивом используются: создание уникального контента, размещение контента в сети, расширение сетевой целевой аудитории?	
3	Какие критерии оценки видов работ, связанных с репутацией, используются в стратегии?	
4	Какие показатели используются для оценки эффективности	

№ п.п.	Вопрос	Ответ
	работы с цифровой репутацией?	
5	Как отслеживать результаты реализации стратегии?	
6	Какие методы мониторинга помогают оценить эффективность работы с репутацией?	

1.2. Контрольные задания с ключами правильных ответов.

Задание 1

Заполнить раздел «Личный опыт сетевого конфликта»

Задание 2

Разработка стратегии управления репутацией — задание, в котором нужно определить, для каких целей формируется репутация в сети (как капитал или как резюме), и разработать стратегию с учётом этих целей.

2. Задания комбинированного типа.

2.1. Тестовые задания с обоснованием выбора.

№ п.п.	Содержание задания	Правильный ответ	Аргументы, обосновывающие выбор ответа
1.	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». Варианты ответов: а) Да б) Нет		
2.	Верно ли утверждение,		

№ п.п.	Содержание задания	Правильный ответ	Аргументы, обосновывающие выбор ответа
	что цифровая репутация может быть не только у человека, но и у города? Варианты ответов: а) Да б) Нет		

3. Задания закрытого типа.

3.1. Тестовые задания.

Тест 1.

Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.

Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.

Выбрать верные ответы.

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

А. Учитель, преподаватель

Б. Юрист

В. Врач

Г. Госслужащий

4. Кто создает вашу репутацию?

А. Вы сами

Б. Ваша семья и ближайшие друзья

В. Ваше социальное окружение

Г. Лидеры мнений

5. 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

6. **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

7. **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

8. **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 6. Управление конфликтами в социальных сетях. ИПКс-3.1.

1. Задания открытого типа.

1.1. Вопросы открытого типа.

№ п.п.	Вопрос	Ответ
1.	Как помочь пользователям осознавать свою ответственность за создание безопасной и уважительной среды общения?	
2.	Какие этические нормы поведения помогают предотвратить конфликты в социальных сетях?	
3	Как измерять удовлетворённость аудитории результатами коммуникации госслужащего в сети?	
4	Как отслеживать результаты реализации стратегии?	
5	Как учитывать ограничения для госслужащих на деятельность в социальных сетях в соответствии с законодательством?	
6	Какие методы мониторинга помогают оценить эффективность работы с репутацией?	

1.2. Контрольные задания с ключами правильных ответов.

Задание 1

Анализ конфликта. Выбрать ситуацию, где возник конфликт, описать участников конфликта и их интересы. Применить модель управления конфликтами (например, модель Томаса-Килмана) для анализа ситуации. Описать, какие стратегии можно было бы использовать для разрешения конфликта, какой из подходов, на взгляд, был бы наиболее эффективным.

Задание 2

Систематизация знаний. Создать таблицу или mind-map (интеллект-карту), в которой будут перечислены основные причины

конфликтов, методы их разрешения и примеры из разных сфер жизни (работа, семья, друзья).

2. Задания закрытого типа.

2.1. Тестовые задания.

Тест 1.

Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.

Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.

Выбрать верные ответы.

1. Зачем надо учиться управлять цифровой репутацией?

А. Это востребованная профессия

Б. Это вопрос личной цифровой безопасности

В. Это требуется для карьерного роста

Г. Репутация – это капитал, который будет работать на вас

2. 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

3. 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

4. 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

5. 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.

6.3. Критерии и шкала оценивания на основе БРС.

Критерии и балльная шкала определяются преподавателем

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ	РЕЗУЛЬТАТ В БАЛЛАХ
Дан полный, в логической последовательности развернутый ответ на поставленный вопрос, где он продемонстрировал знания предмета в полном объеме учебной программы, достаточно глубоко осмысливает дисциплину, самостоятельно, и исчерпывающе отвечает на дополнительные вопросы, приводит собственные примеры по проблематике поставленного вопроса, решил предложенные практические задания без ошибок	40
Дан развернутый ответ на поставленный вопрос, где студент демонстрирует знания, приобретенные на лекционных и семинарских занятиях, а также полученные посредством изучения обязательных учебных материалов по курсу, дает аргументированные ответы, приводит примеры, в ответе присутствует свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа. Однако допускается неточность в ответе. Решил предложенные практические задания с небольшими неточностями.	30-39
Дан ответ, свидетельствующий в основном о знании процессов изучаемой дисциплины, отличающийся недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы, знанием основных вопросов теории, слабо сформированными навыками анализа явлений, процессов, недостаточным умением давать аргументированные ответы и приводить примеры, недостаточно свободным владением монологической речью, логичностью и последовательностью ответа. Допускается несколько ошибок в содержании ответа и решении практических заданий.	20-29
Дан ответ, который содержит ряд серьезных неточностей, обнаруживающий незнание процессов изучаемой предметной области, отличающийся неглубоким раскрытием темы, незнанием основных вопросов теории, несформированными навыками анализа явлений, процессов, неумением давать аргументированные ответы, слабым владением монологической речью, отсутствием логичности и последовательности. Выводы поверхностны. Решение практических заданий не выполнено, т.е. студент не способен	0-19

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ	РЕЗУЛЬТАТ В БАЛЛАХ
ответить на вопросы даже при дополнительных наводящих вопросах преподавателя.	

6.4. Описание дополнительных материалов и оборудования, необходимых для выполнения проверочных заданий.

Обучающемуся разрешается использование компьютера

7. Методические материалы по освоению дисциплины (модуля)

Обучение по дисциплине ФТД.01 Управление цифровой репутацией предполагает изучение курса на аудиторных занятиях (лекции, практические) и самостоятельной работы студентов.

Практические занятия 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 и задания 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

8. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет

8.1. Основная литература

1. 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

2. 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

3. Лапидус, Л. В. Цифровая экономика: управление электронным бизнесом и электронной коммерцией : учебник / Л.В. Лапидус. — Москва : ИНФРА-М, 2023. — 479 с. — (Высшее образование). — DOI 10.12737/textbook_5ad4a78dae3f27.69090312. - ISBN 978-5-16-018513-2. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.ru/catalog/product/2001678 (дата обращения: 21.03.2026). – Режим доступа: по подписке.

8.2. Дополнительная литература

1. *Попов, Е. В.* Умные города : монография / Е. В. Попов, К. А. Семячков. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 346 с. — (Актуальные монографии). — ISBN 978-5-534-13732-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/466755 (дата обращения: 21.03.2026).

2. 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

3. 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

8.3. Нормативные правовые документы и иная правовая информация

1. Федеральный закон «Об образовании в Российской Федерации» от 29.12.2012 №273-ФЗ. // Справочная правовая система КонсультантПлюс: [сайт]. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_140174/ (дата обращения: 14.04.2025).

2. Приказ Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 06.04.2021 №245 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры» // Справочная правовая система КонсультантПлюс: [сайт]. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_393023/ (дата обращения: 14.04.2025).

3. Приказ РАНХиГС Об утверждении положения о единой балльно-рейтинговой системе оценивания успеваемости студентов Академии и ее использовании при проведении текущей и промежуточной аттестации от 12.12.2024 №02-2531.

4. Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - магистратура по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент, утвержденного приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 12.08.2020 №952 (зарегистрировано в Министерстве юстиции Российской Федерации 21.08.2020, регистрационный номер № 59391).

5. Образовательный стандарт Академии по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент, утвержденный Приказом Российской академии народного хозяйства и государственной службы Российской Федерации при Президенте Российской Федерации от 29 марта 2021 года №01-3036.

6. "ГОСТ Р ИСО 10007-2007. Национальный стандарт Российской Федерации. Менеджмент организации. Руководящие указания по управлению конфигурацией" (утв. и введен в действие Приказом Ростехрегулирования от 14.11.2007 №302-ст).

7. Система менеджмента качества, ISO 9001.

8. Система менеджмента социальной ответственности на основе ИСО 26000.

9. Система менеджмента промышленной безопасности, OHSAS 18000.

10. Система энергетического менеджмента, ISO 50001.

8.4 Интернет-ресурсы

1. Административно-управленческий портал: менеджмент и маркетинг в бизнесе. Большая электронная библиотека [Электронный ресурс] – URL: http://www.aup.ru

2. Официальный сайт журнала «Менеджмент в России и за рубежом» [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://mevriz.ru/.

3. Официальный сайт журнала «Российский журнал менеджмента» [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://rjm.spbu.ru/.

4. Федеральный образовательный портал: Экономика. Социология, Менеджмент. Большая электронная библиотека [Электронный ресурс] – режим доступа: http://www.ecsocman.edu.ru

5. Электронные информационно-образовательные ресурсы Нижегородского института управления – филиала РАНХиГС - http://sdo.niu.ranepa.ru/.

6. Портал электронной библиотеки [Электронный ресурс] – URL: http://www.ihtik.lib.ru/

7. Электронная библиотека студента «КнигаФонд» [Электронный ресурс] – режим доступа: http://www.knigafund.ru/

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

9.1. 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.

9.2. Информационные технологии, программное обеспечение:

При осуществлении образовательного процесса по дисциплине используются 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.

9.3.Информационные справочные системы:

1. https://www.iprbookshop.ru – Электронно-библиотечная система [ЭБС]
«IPRSMART» (ранее – IPRBooks)
2. https://e.lanbook.com - Электронно-библиотечная система [ЭБС] «Лань».
3. Электронно-библиотечная система [ЭБС] «Znanium.com».
4. https://www.book.ru - Электронно-библиотечная система [ЭБС] «Book.ru».
5. https://ibooks.ru - Электронно-библиотечная система [ЭБС] «ibooks.ru».
6. https://ranepalib.miflib.ru - Электронная библиотека издательства «МИФ».
7. https://eivis.ru – Ивис. Полные тексты российских научных и практических журналов, а также газет центральной прессы России. Доступ с ip-адресов локальной сети Института.
8. http://www.consultant.ru/ - Справочно-правовая система «Консультант».
9. http://www.garant.ru/ Справочно-правовая система «Гарант».