

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Андрей Драгомирович Хлутков  
Должность: директор  
Дата подписания: 26.03.2026 20:59:48  
Уникальный программный ключ:  
880f7c07c583b07b775f6604a630281b13ca9fd2

Приложение 4  
к образовательной программе

## **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

Б1.В.ДВ.06.01 Управление репутацией в социальных сетях  
(индекс, наименование дисциплины в соответствии с учебным планом)

38.03.01 Экономика  
(код, наименование направления подготовки)

Инвестиционный бизнес  
(наименование образовательной программы)

Очная/очно-заочная форма обучения  
(форма обучения)

Год набора – 2025

Санкт-Петербург

**Автор(ы)-составитель(и) РПД:**

Паромов Алексей Юрьевич, к.т.н., доцент кафедры менеджмента факультета экономики и финансов СЗИУ РАНХиГС, г. Санкт-Петербург

**Заведующий кафедрой:**

Лабудин Александр Васильевич, заведующий кафедрой менеджмента факультета экономики и финансов СЗИУ РАНХиГС, г. Санкт-Петербург, д.э.н., профессор

Рабочая программа дисциплины РПД Б1.В.ДВ.06.01 Управление репутацией в социальных сетях одобрена на заседании кафедры менеджмента факультета экономики и финансов СЗИУ РАНХиГС.

Протокол №7 от 25 августа 2025 г.

## СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения программы
2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы
3. Содержание и структура дисциплины
4. Типы оценочных материалов, показатели, критерии, шкалы оценивания
5. Формы аттестации и типовые оценочные материалы для текущего контроля успеваемости обучающихся
6. Формы промежуточной аттестации по дисциплине, типы оценочных материалов, показатели, критерии, шкалы оценивания
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 Б1.В.ДВ.06.01 Управление репутацией в социальных сетях обеспечивает формирование у обучающихся следующих профессиональных компетенций:

<b>ОТФ/ТФ и реквизиты ПС (при наличии)</b>	<b>Код компетенции</b>	<b>Наименование компетенции</b>	<b>Код индикатора достижения компетенции</b>	<b>Наименование индикатора достижения компетенции</b>	<b>Образовательный результат</b>
	УК ОС-5	Способен проявлять толерантность в условиях межкультурного разнообразия общества в социально-историческом и философском контекстах, соблюдать нормы этики и использовать дефектологические знания в социальной и профессиональной сферах	УК ОС-5.1	Обосновывает собственную позицию по вопросам толерантности и дискриминации	<i>УК ОС-5.1. 3-1. Знает</i> особенности межкультурного разнообразия общества в социально-историческом и философском контекстах; <i>УК ОС-5.1. 3-2. Знает</i> основные характеристики и формы толерантности; нормы этики; <i>УК ОС-5.1. 3-3. Знает</i> основы дефектологических знаний.
			УК ОС-5.2	Проявляет толерантность в общении в условиях межкультурного разнообразия общества	<i>УК ОС-5.2. У-2. Умеет</i> использовать характеристики и формы толерантности в условиях межкультурного разнообразия общества в социально-историческом и философском контекстах; <i>УК ОС-5.2. У-2. Умеет</i> соблюдать нормы этики; применять дефектологические знания в социальной и профессиональной сферах.

## **2. Объем и место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы**

### *2.1. Очная форма*

Общий объем дисциплины:

3,00 з.е., 108 ак.час

Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий: 42 ак. час на контактную работу с преподавателем, из них 16 ак.час на лекции и 24 ак.час на практические занятия. 66 ак. час на самостоятельную работу обучающихся.

Б1.В.ДВ.06.01 Управление репутацией в социальных сетях реализуется на 7-м семестре 4-го курса после изучения дисциплин:

- Цифровая экономика;
- Психология управления.

### *2.2. Очно-заочная форма*

Общий объем дисциплины:

3,00 з.е., 108 ак.час

Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий: 22 ак. час на контактную работу с преподавателем, из них 8 ак.час на лекции и 12 ак.час на практические занятия. 86 ак. час на самостоятельную работу обучающихся.

Б1.В.ДВ.06.01 Управление репутацией в социальных сетях реализуется на 9-м семестре 5-го курса после изучения дисциплин:

- Цифровая экономика;
- Психология управления.

### 3. Содержание и структура дисциплины (модуля)

#### 3.1. Структура дисциплины (модуля)

*Очная 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	Кат тэк	К о н т р о л ь	СРкр	СРэк		СР
			Л	ВЛ	ЛР	ПЗ									
Тема 1	Введение в курс	24	4		6		0	0	0	0	0	14	Доклад		
Тема 2	Понятие и сущность цифровой репутации	19	3		4		0	0	0	0	0	12	Тестирование, Контрольное задание		
Тема 3	Целевая аудитория в сети	19	3		4		0	0	0	0	0	12	Тестирование, Контрольное задание		

Тема 4	Стратегия управления цифровой репутацией	19	3			4		0	0	0	0	0	12	Доклад
Тема 5	Управление конфликтами в социальных сетях	25	3			6		0	0	0	0	0	16	Тестирование, Контрольное задание
Промежуточная аттестация		2	0	0	0	0	0	0	2	0	0	0	0	Зачет с оценкой
<b>Итого</b>		108	16	0	0	24	0	0	2	0	0	0	66	

*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 Зачетом

Каттэк – контактная работа на аттестацию в период сессий

СРкр – самостоятельная работа на подготовку курсовой работы/ курсового проекта.

СРэк – самостоятельная работа на подготовку к Зачету.

СР – самостоятельная работа в семестре на подготовку к учебным занятиям.

### *Очно-заочная форма обучения*

№ п/п	Наименование тем и (или) разделов	ВСЕГО	Объем дисциплины, ак.час				Форма текущего контроля успеваемости,
			Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий		Самостоятельная работа		
			Период теоретического обучения	Период			

							промежуточной аттестации (сессия)						промежуточной аттестации		
			Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа		ИК	КСР	КЭ	Кат тэж	К о н т р о л ь	СРкр		СРэж	СР
			Л	ВЛ	ЛР	ПЗ									
Тема 1	Введение в курс	24	2		4		0	0	0		0	0	18	Доклад	
Тема 2	Понятие и сущность цифровой репутации	20	1		2		0	0	0		0	0	17	Тестирование, Контрольное задание	
Тема 3	Целевая аудитория в сети	21	2		2		0	0	0		0	0	17	Тестирование, Контрольное задание	
Тема 4	Стратегия управления цифровой репутацией	21	2		2		0	0	0		0	0	17	Доклад	
Тема 5	Управление конфликтами в социальных сетях	20	1		2		0	0	0		0	0	17	Тестирование, Контрольное задание	

Промежуточная аттестация	2	0	0	0	0	0	0	0	2	0	0	0	0	Зачет с оценкой
<b>Итого</b>	108	8	0	0	12	0	0	0	2	0	0	0	86	

*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 Зачетом

Катгэк – контактная работа на аттестацию в период сессий

СРкр – самостоятельная работа на подготовку курсовой работы/ курсового проекта.

СРэк – самостоятельная работа на подготовку к Зачету.

СР – самостоятельная работа в семестре на подготовку к учебным занятиям.

## 3.2. Содержание дисциплины

### **Тема 1. Введение в курс. УК ОС-5.1.**

Введение в тему: предмет, цели и задачи курса. Актуальность курса. Зачем тратить немалые силы, время, ресурсы (в том числе финансовые), чтобы отслеживать, какая личная и профессиональная информация попадает в сеть? В чем причина резкого всплеска интереса к теме цифровой репутации в целом? Цифровая невидимость требует существенных затрат, как финансовых, так и нематериальных (времени, получения нужных навыков и пр.). Цифровая невидимость требует перехода к анонимности в сети, что создает проблемы при решении бытовых вопросов.

### **Тема 2. Понятие и сущность цифровой репутации. УК ОС-5.1.**

Понятие «репутация». Репутация человека и репутация объекта или профессии. Кто создает репутацию. В чем разница между понятиями репутация и цифровая репутация. Сетевой этикет. Определение цифровой репутации. Рекомендации по выполнению практического задания по заполнению первого раздела «Карты цифровой репутации». Составляющие цифровой репутации. Как определить хорошую или плохую цифровую репутацию. Рекомендации по выполнению практического задания по заполнению второго раздела «Карты цифровой репутации». Цифровой этикет: понятие и принципы.

### **Тема 3. Целевая аудитория в сети. УК ОС-5.1.**

Понятие сетевой целевой аудитории. Определение. Универсальная методика по сегментации целевой аудитории в сети 5G. Поиск и анализ текущей аудитории в сети – это точка отсчета для выстраивания стратегии по управлению вашей цифровой репутацией. Рекомендации по выполнению практического задания – заполнение следующего раздела Карты цифровой репутации. Составление эмоционального портрета сетевой целевой аудитории. В чем различие аудиторий на различных сетевых площадках. Корреляция с тональностью – хорошая\плохая репутация. Рекомендации по выполнению практического задания «флеш-моб аватарок: Как меня видят в Сети». Два пути управления сетевой целевой аудиторией: прямой и косвенный. Прямой путь – стать лидером мнений. Косвенный путь – как управлять «чужой» сетевой аудиторией. Рекомендации по выполнению практического задания – заполняем финальный раздел Карты цифровой репутации.

#### **Тема 4. Стратегия управления цифровой репутацией. УК ОС-5.1.**

Вводная часть: составляющие цифровой репутации. Для каких целей вы хотите управлять вашей цифровой репутацией? Формируете вы репутация в Сети как капитал или как резюме. Репутация – это капитал. Определение репутационного капитала, его роль в современной экономике. Шеринг-экономика и взаимосвязь цифровой репутации и успеха в бизнесе. Репутация – это резюме. Цифровые портреты как инструмент подбора кадров. Как формируются цифровые портреты. Цифровые портреты как основа социальных рейтингов государства. Алгоритм управления цифровой репутацией. Организация мониторинга – ручного или автоматизированного в соответствии с целями и задачами управления ЦР. Работа с негативом. Две основные тактики – удаление и выдавливание при управлении информацией на собственных сетевых площадках. Работа с позитивом. Тактики работы с позитивом: создание уникального контента, размещение контента в Сети, расширение сетевой целевой аудитории. Основные трудности работы с контентом. Управление репутацией в поисковой выдаче. Оценка результатов SERM, острова контента, заказ контекстной рекламы. Нужны ли вам услуги SERM-специалистов – критерии оценки. Брендинг как отдельный этап стратегии управления цифровой репутацией. Эмоциональный портрет собственного цифрового двойника на основе сторителлинга.

#### **Тема 5. Управление конфликтами в социальных сетях. УК ОС-5.2.**

Конфликты в социальных сетях. Виды сетевых конфликтов. Конфликты прямого и косвенного участия. В чем отличия. Рекомендации по выполнению практического задания «Кейс: Косметический бренд LimeCrime». Рекомендации по решению конфликтов в социальных сетях. Рекомендации по решению конфликт в Сети прямого участия. Что делать нельзя, что желательно, что рекомендуется. Рекомендации по выполнению практического задания на примере кейса «Увольнение Галины Паниной». Рекомендации по решению конфликта в Сети косвенного участия. Различные тактики реагирования во взаимосвязи с поставленными целями управления ЦР. ЦР для вас резюме или капитал. Пирамида деловой репутации как инструмент по оценке репутационного ущерба в Сети. Рекомендации по выполнению практического задания «Личный опыт сетевого конфликта». Кибербуллинг как новое явление Интернет-пространства: причины. Понятие. Темпы распространения. Последствия для жертвы. Методы

предупреждения/борьбы. Почему нельзя участвовать, как это отражается на цифровой репутации.

#### **4. Типы оценочных материалов, показатели и критерии оценивания**

4.1. Оценочные материалы по дисциплине РПД Б1.В.ДВ.06.01 Управление репутацией в социальных сетях входят в состав оценочных материалов по образовательной программе. Совокупность оценочных материалов по всем дисциплинам (модулям) образовательной программы составляют 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	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.</li> <li>2. Внимательно прочитать предложенные вариант-ты ответа.</li> <li>3. Выбрать один верный ответ.</li> <li>4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа (например, 3 или В).</li> </ol>	Ответ считается верным, если правильно указана цифра или буква
Задание закрытого типа на установление соответствия	Прочитайте текст и установите соответствие	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидаются пары элементов.</li> <li>2. Внимательно прочитать оба списка: список 1 – вопросы, утверждения, факты, понятия и т.д.; список 2 – утверждения, свойства объектов и т.д.</li> <li>3. Сопоставить элементы списка 1 с элементами списка 2, сформировать пары элементов.</li> <li>4. Записать попарно буквы и цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа (например, А1 или Б4).</li> </ol>	Ответ считается верным, если правильно указаны цифры или буквы
Задание закрытого типа с выбором нескольких правильных ответов из нескольких вариантов предложенных	Прочитайте текст, выберите правильные ответы	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается несколько правильных ответов из предложенных вариантов.</li> <li>2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.</li> <li>3. Выбрать несколько правильных ответов.</li> <li>4. Записать только номера (или буквы)</li> </ol>	Ответ считается верным, если правильно установлены все соответствия (позиции из одного столбца верно сопоставлены с позициями другого)

		выбранного варианта ответа (например, 1 4 или А Г).	
Задание закрытого типа на установление последовательности	Прочитайте текст и установите последовательность	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается последовательность элементов.</li> <li>2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.</li> <li>3. Построить верную последовательность из предложенных элементов.</li> <li>4. Записать буквы/цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа в нужной последовательности (например, БВА или 135).</li> </ol>	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	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.</li> <li>2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.</li> <li>3. Выбрать один верный ответ.</li> <li>4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа.</li> <li>5. Записать аргументы, обосновывающие выбор ответа (например, 4 текст обоснования).</li> </ol>	Ответ считается верным, если правильно указана цифра или буква и приведены корректные аргументы, используемые при выборе ответа
Задание открытого типа с развернутым ответом	Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Внимательно прочитать текст задания и понять суть вопроса.</li> <li>2. Продумать логику и полноту ответа.</li> <li>3. Записать ответ, используя четкие компактные формулировки.</li> <li>4. В случае расчетной задачи, записать решение и</li> </ol>	<p>Ответ считается верным:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Отсутствие фактических ошибок.</li> <li>2. Раскрытие объема используемых понятий (полнота ответа).</li> </ol>

		ответ	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

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 РПД Б1.В.ДВ.06.01 Управление репутацией в социальных сетях используются следующие формы текущего контроля успеваемости обучающихся (в том числе, задания к контрольным точкам):

доклад, тестирование, контрольное задание.

### Тема 1. Введение в курс. УК ОС-5.1.

Тематика докладов:

1. Цифровая репутация как новый социальный капитал в XXI веке. Анализ перехода от традиционной репутации к цифровой. Почему онлайн-образ стал самостоятельным капиталом, влияющим на карьеру, социальные

связи и экономические возможности? Примеры из шеринг-экономики и фриланс-рынка.

2. Экономика внимания: почему управление цифровым следом стало стратегической задачей. Исследование концепции «экономики внимания». Как в условиях информационной перегрузки репутация становится фильтром доверия и инструментом для привлечения ресурсов (клиентов, работодателей, партнеров).

3. Парадокс цифровой эпохи: между «тотальной видимостью» и «цифровой невидимостью». Сравнительный анализ двух стратегий. Каковы реальные издержки и выгоды каждой? Возможен ли золотой середины? Кейсы людей, выбравших разные пути, и их последствия.

## **Тема 2. Понятие и сущность цифровой репутации. УК ОС-5.1.**

### Тестовые задания:

1. Задание закрытого типа с выбором одного правильного ответа

Инструкция: Прочитайте текст, выберите правильный ответ.

Вопрос:

Какое из приведенных определений наиболее точно характеризует понятие "цифровая репутация"?

Варианты ответов:

1. Общее впечатление о человеке, основанное на личном общении
2. Имидж и статус человека, сформированный на основе его цифровых следов и онлайн-активности
3. Количество подписчиков в социальных сетях
4. Отзывы коллег о профессиональных качествах человека

2. Задание закрытого типа на установление соответствия

Инструкция: Прочитайте текст и установите соответствие.

Вопрос:

Установите соответствие между типами репутации и их характеристиками.

Тип репутации	Характеристика
1. Традиционная репутация	А) Формируется через цифровые следы, социальные сети и онлайн-активность
2. Цифровая репутация	В) Создается преимущественно через прямое межличностное общение
3. Репутация профессии	С) Отражает общественное восприятие определенной профессиональной сферы
4. Репутация объекта	Д) Формируется на основе характеристик и качества продукта или услуги

3. Задание закрытого типа с выбором нескольких правильных ответов

Инструкция: Прочитайте текст, выберите правильные ответы.

Вопрос:

Какие из перечисленных элементов являются составляющими цифровой репутации? Выберите ВСЕ подходящие варианты.

Варианты ответов:

1. Профили в социальных сетях
2. Фотографии из личного архива
3. Отзывы и рекомендации на профессиональных платформах
4. Упоминания в СМИ и блогах
5. Результаты поисковой выдачи по имени
6. Личные разговоры с друзьями

4. Задание закрытого типа на установление последовательности

Инструкция: Прочитайте текст и установите последовательность.

Вопрос:

Расположите этапы заполнения "Карты цифровой репутации" в ПРАВИЛЬНОЙ ЛОГИЧЕСКОЙ ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТИ.

Этапы:

- A) Анализ тональности упоминаний и отзывов
- B) Поиск и фиксация всех цифровых следов
- C) Разработка плана по корректировке репутации
- D) Оценка видимости и значимости каждого элемента
- E) Систематизация информации по категориям

5. Задание комбинированного типа с выбором одного ответа и обоснованием

Инструкция: Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа.

Ситуация:

Менеджер по подбору персонала обнаружил в социальных сетях кандидата на вакансию фотографии с вечеринок с алкоголем и неуместными комментариями. При этом в резюме кандидат представлен как профессионал с безупречной репутацией.

Вопрос:

Как следует поступить рекрутеру в данной ситуации?

Варианты ответов:

1. Отклонить кандидата без объяснения причин
2. Пригласить на собеседование и задать вопросы о соответствии корпоративной культуре
3. Сообщить кандидату о найденной информации и дать возможность объясниться
4. Пройгнорировать найденную информацию, так как она относится к личной жизни

### Контрольное задание по теме

6. Задание открытого типа с развернутым ответом

Инструкция: Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Вопрос:

«Цифровая репутация стала неотъемлемой частью профессионального и личного бренда в современном мире». Прокомментируйте это утверждение, раскрыв в своем ответе следующие аспекты:

Проанализируйте ключевые отличия традиционной и цифровой репутации по критериям скорости формирования, масштабу распространения и возможностям управления.

Объясните, как принципы сетевого этикета влияют на формирование цифровой репутации и почему их соблюдение особенно важно в профессиональном контексте.

Опишите критерии оценки цифровой репутации как "хорошей" или "плохой" и приведите примеры показателей для каждой категории.

### **Тема 3. Целевая аудитория в сети. УК ОС-5.1.**

#### Тестовые задания:

1. Задание закрытого типа с выбором одного правильного ответа

Инструкция: Прочитайте текст, выберите правильный ответ.

Вопрос:

Что означает параметр "Goals" в методике сегментации целевой аудитории 5G?

Варианты ответов:

1. Географическое положение аудитории
2. Цели и задачи, которые решает аудитория с помощью вашего контента
3. Профессиональные навыки членов аудитории
4. Количество подписчиков в социальных сетях

2. Задание закрытого типа на установление соответствия

Инструкция: Прочитайте текст и установите соответствие.

Вопрос:

Установите соответствие между элементами методики 5G и их содержанием.

Элемент методики 5G      Содержание

1. Geography	A) Демографические характеристики: возраст, пол, образование
2. Demography	B) Потребности и "боли" аудитории
3. Demands	C) Географическая и языковая принадлежность
4. Goals	D) Цели и задачи аудитории

3. Задание закрытого типа с выбором нескольких правильных ответов

Инструкция: Прочитайте текст, выберите правильные ответы.

Вопрос:

Какие характеристики относятся к эмоциональному портрету сетевой целевой аудитории? Выберите ВСЕ подходящие варианты.

Варианты ответов:

1. Возраст и пол
2. Страхи и тревоги
3. Ценности и убеждения
4. Уровень дохода
5. Мечты и aspirations
6. Геолокация

4. Задание закрытого типа на установление последовательности

Инструкция: Прочитайте текст и установите последовательность.

Вопрос:

Расположите этапы работы с сетевой целевой аудиторией в ПРАВИЛЬНОЙ ЛОГИЧЕСКОЙ ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТИ.

Этапы:

- A) Составление эмоционального портрета ЦА
- B) Сегментация аудитории по методике 5G
- C) Выбор стратегии управления аудиторией (прямой/косвенный путь)
- D) Анализ текущей аудитории и ее активности
- E) Разработка контент-стратегии для разных сегментов

5. Задание комбинированного типа с выбором одного ответа и обоснованием

Инструкция: Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа.

Ситуация:

Специалист по цифровому маркетингу обнаружил, что аудитория в Instagram состоит преимущественно из молодых женщин 20-25 лет, интересующихся модой и красотой, в то время как в LinkedIn преобладают профессионалы 30-45 лет, интересующиеся карьерным ростом.

Вопрос:

Какой подход к управлению цифровой репутацией будет наиболее эффективным в данной ситуации?

Варианты ответов:

1. Унифицировать контент для всех площадок
2. Создавать различный контент для каждой площадки с учетом особенностей аудитории
3. Сосредоточиться только на одной, наиболее многочисленной аудитории

#### 4. Игнорировать различия и работать только с объединенной статистикой

##### Контрольное задание по теме

##### 6. Задание открытого типа с развернутым ответом

Инструкция: Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Вопрос:

«Эффективное управление сетевой целевой аудиторией требует глубокого понимания не только демографических характеристик, но и эмоциональных портретов разных сегментов». Прокомментируйте это утверждение, раскрыв в своем ответе следующие аспекты:

Объясните, как методика 5G помогает создать комплексный портрет целевой аудитории и почему все пять компонентов важны для управления цифровой репутацией.

Проанализируйте, чем отличается управление "чужой" сетевой аудиторией от прямого пути через становление лидером мнений, и в каких ситуациях каждый из подходов более эффективен.

Опишите, как корреляция между тональностью контента и репутацией влияет на восприятие целевой аудитории и какие стратегии работы с тональностью можно использовать для улучшения цифровой репутации.

#### **Тема 4. Стратегия управления цифровой репутацией. УК ОС-5.1.**

##### Тематика докладов:

1. Репутационный капитал vs Цифровое резюме: стратегический выбор цели управления ЦР. Глубокий сравнительный анализ двух подходов. Для кого (фрилансер, наемный сотрудник, SEO, компания) актуален каждый из подходов? Как цели определяют все последующие тактики: от создания контента до работы с негативом.

2. Алгоритм управления цифровой репутацией: пошаговая инструкция от аудита до брендинга. Детальный разбор каждого этапа алгоритма (аудит, постановка целей, мониторинг, работа с контентом, SERM, брендинг). Ключевые инструменты и метрики на каждом шаге. Пример реализации алгоритма для личного бренда.

3. Тактики работы с негативной информацией: когда «удалять», а когда «выдавливает»? Анализ юридических, этических и практических аспектов тактики удаления. Пошаговый план тактики выдавливания: создание контента, SEO-оптимизация, использование собственных площадок. Разбор кейсов успешного и неудачного применения тактик.

#### **Тема 5. Управление конфликтами в социальных сетях. УК ОС-5.2.**

Тестовые задания:

1. Задание закрытого типа с выбором одного правильного ответа

Инструкция: Прочитайте текст, выберите правильный ответ.

Вопрос:

Что является **ОСНОВНЫМ** отличием конфликта прямого участия от конфликта косвенного участия в социальных сетях?

Варианты ответов:

1. Количество участников конфликта
2. Уровень негативной тональности высказываний
3. Направленность критики непосредственно на ваш аккаунт/бренд или обсуждение в сторонних сообществах
4. Скорость распространения информации

2. Задание закрытого типа на установление соответствия

Инструкция: Прочитайте текст и установите соответствие.

Вопрос:

Установите соответствие между видами сетевых конфликтов и рекомендуемыми тактиками реагирования.

Вид конфликта	Тактика реагирования
1. Конфликт прямого участия	А) Работа с лидерами мнений в сообществе, создание позитивного контента, дискретное влияние
2. Конфликт косвенного участия	В) Публичный ответ с предложением решить вопрос в личных сообщениях, оперативное решение проблемы
3. Кибербуллинг	С) Фиксация доказательств, обращение к модераторам, в серьезных случаях - в правоохранительные органы
4. Репутационный кризис	Д) Разработка антикризисной коммуникации, работа со СМИ, создание позитивного информационного фона

3. Задание закрытого типа с выбором нескольких правильных ответов

Инструкция: Прочитайте текст, выберите правильные ответы.

Вопрос:

Какие действия являются **РЕКОМЕНДУЕМЫМИ** при решении конфликта прямого участия в социальных сетях? Выберите **ВСЕ** подходящие варианты.

Варианты ответов:

1. Немедленно удалять все негативные комментарии
2. Отвечать публично, но переносить решение в личные сообщения
3. Игнорировать комментарии, чтобы не разжигать конфликт
4. Признавать ошибки, если они действительно были
5. Отвечать агрессивно, чтобы показать силу
6. Сохранять скриншоты переписки

4. Задание закрытого типа на установление последовательности  
Инструкция: Прочитайте текст и установите последовательность.

Вопрос:

Расположите этапы работы с репутационным кризисом в социальных сетях в ПРАВИЛЬНОЙ ЛОГИЧЕСКОЙ ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТИ.

Этапы:

- A) Оценка ущерба по пирамиде деловой репутации
- B) Разработка и публикация официальной позиции
- C) Мониторинг и анализ развития ситуации
- D) Немедленное прекращение любых коммуникаций
- E) Реализация плана по восстановлению репутации

5. Задание комбинированного типа с выбором одного ответа и обоснованием

Инструкция: Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа.

Ситуация:

В тематическом сообществе, посвященном красоте и уходу, активно обсуждают ваш косметический бренд. Участники делятся негативным опытом использования продукции, выдвигают обвинения в некачественном составе, постят фотографии с аллергическими реакциями. Обсуждение уже насчитывает 200+ комментариев.

Вопрос:

Какой стратегии управления конфликтом следует придерживаться в данной ситуации?

Варианты ответов:

1. Написать гневный ответ, защищающий бренд, и потребовать удаления обсуждения
2. Игнорировать обсуждение, так как оно происходит не на вашей официальной странице
3. Вежливо подключиться к обсуждению, предложить помощь пострадавшим и пригласить к диалогу
4. Начать массово жаловаться на комментарии участников обсуждения

### Контрольное задание по теме

6. Задание открытого типа с развернутым ответом

Инструкция: Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Вопрос:

«Кибербуллинг и сетевые конфликты представляют серьезную угрозу не только для личного психологического состояния, но и для цифровой репутации всех участников». Прокомментируйте это утверждение, раскрыв в

своем ответе следующие аспекты:

Проанализируйте, как участие в кибербуллинге (в любой роли - агрессора, жертвы или наблюдателя) может повлиять на цифровую репутацию человека, рассматриваемую как КАПИТАЛ.

Используя пирамиду деловой репутации, опишите, на каких уровнях проявляется репутационный ущерб от серьезного сетевого конфликта для персонального бренда или компании.

Разработайте комплексный план действий для жертвы кибербуллинга, который включает как меры немедленного реагирования, так и стратегию восстановления репутации в долгосрочной перспективе.

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

приведены в п.6.2.

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 обучающийся	Коэффициент веса контрольной точки	Результат контрольной точки, участвующий в формировании итоговой балльной оценки по дисциплине (отражается в журнале БРС в СДО)
КТ 1	100	0,3	30
КТ 2	100	0,3	30
Итого:	x	0,6	60

Формула расчета результата контрольной точки:

Результат контрольной точки = Количество баллов за работу в рамках КТ X Коэффициент веса контрольной точки.

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

**КТ – 1.**

**Тема 1,2,3.**

Доклад.  
Тестирование.  
Контрольное задание.

**КТ – 2.**

**Тема 4,5.**

Доклад.  
Тестирование.  
Контрольное задание.

Для каждой формы текущего контроля успеваемости обучающихся в рамках КТ определены критерии оценивания результатов выполнения задания.

*1. Критерии оценивания доклада:*

Критерии оценки	Диапазон баллов	Описание критерия
Содержание и раскрытие темы	0-20	Детальное, последовательное описание всех этапов с конкретными примерами
Грамотность изложения	0-20	Соблюдены все правила грамматики, орфографии и пунктуации
Стилистика	0-20	Единый стиль изложения, точные формулировки, уместное использование терминов, лаконичность
Логика изложения	0-20	Чёткая последовательность изложения, логические связи между частями текста, аргументы подтверждают выводы
Оригинальность	0-20	Уникальный подход к теме, нестандартные решения, инновационные идеи, собственная позиция автора
Итого максимально:	100	

*2. Критерии оценивания тестирования:*

Критерии оценки	Диапазон баллов	Описание критерия
-----------------	-----------------	-------------------

<i>Количество правильных ответов</i>	<i>0</i>	<i>Количество правильных ответов менее 55%</i>
	<i>25</i>	<i>Количество правильных ответов от 55% до 64%</i>
	<i>50</i>	<i>Количество правильных ответов от 65% до 74%</i>
	<i>75</i>	<i>Количество правильных ответов от 75% до 84%</i>
	<i>100</i>	<i>Количество правильных ответов от 85% до 100%</i>
<b>Итого максимально:</b>	<b>100</b>	

*3. Критерии оценивания контрольного задания:*

<b>Критерии оценки</b>	<b>Диапазон баллов</b>	<b>Описание критерия</b>
<i>Содержание и раскрытие выбранных понятий</i>	<i>41-70</i>	<i>Детальное, последовательное описание всех понятий на примере выбранной системы</i>
	<i>21-40</i>	<i>Поверхностное описание без привязки к выбранной системе</i>
	<i>0-20</i>	<i>Понятия раскрыты минимально или не раскрыты вовсе</i>
<i>Количество выполненных заданий</i>	<i>30</i>	<i>Количество выполненных заданий от 85% до 100%</i>
	<i>15</i>	<i>Количество выполненных заданий от 55% до 84%</i>
	<i>0</i>	<i>Количество выполненных заданий менее 55%</i>
<b>Итого максимально:</b>	<b>100</b>	

5.5. Описание дополнительных материалов и оборудования, необходимых для выполнения проверочных заданий (*при необходимости*).

Для решения контрольных заданий обучающемуся разрешается использование калькулятора.

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

### **6.1. Промежуточная аттестация проводится в форме зачета.**

Зачет проводится в письменной форме. Обучающийся получает билет с вариантами 3-х заданий различного типа. На выполнение заданий дается 40-60 минут. По завершении подготовки необходимо представить ответы в письменном виде, подробно изложив ход выполнения задания, сделать выводы (при необходимости).

При реализации промежуточной аттестации в ЭО/ДОТ могут быть использованы следующие формы: устно в ДОТ - в форме обоснованных ответов на задания различного типа; письменно в СДО - в форме письменного решения заданий различного типа; тестирование в СДО.

### **6.2. Типовые оценочные материалы промежуточной аттестации**

#### Вопросы для подготовки к Зачету.

1. Понятие и сущность цифровой репутации.
2. Необходимость и обоснование защиты цифровой репутации.
3. Ретроспектива защиты цифровой репутации.
4. Репутация человека и репутация объекта или профессии.
5. Кто создает репутацию. В чем разница между понятиями репутация и цифровая репутация. Сетевой этикет.
6. Составляющие цифровой репутации. Цифровой этикет: понятие и принципы.
7. Понятие сетевой целевой аудитории.
8. Универсальная методика по сегментации целевой аудитории в сети 5G.
9. Поиск и анализ текущей аудитории в сети – это точка отсчета для выстраивания стратегии по управлению вашей цифровой репутацией.
10. Составление эмоционального портрета сетевой целевой аудитории.
11. В чем различие аудиторий на различных сетевых площадках.
12. Корреляция с тональностью – хорошая\плохая репутация.
13. Два пути управления сетевой целевой аудиторией: прямой и косвенный.
14. Определение репутационного капитала, его роль в современной экономике.
15. Шеринг-экономика и взаимосвязь цифровой репутации и успеха в бизнесе.
16. Репутация – это резюме.
17. Цифровые портреты как инструмент подбора кадров. Как формируются цифровые портреты.

18. Цифровые портреты как основа социальных рейтингов государства.
19. Алгоритм управления цифровой репутацией.
20. Организация мониторинга – ручного или автоматизированного в соответствии с целями и задачами управления ЦР.
21. Работа с негативом. Две основные тактики – удаление и выдавливание при управлении информацией на собственных сетевых площадках.
22. Работа с позитивом. Тактики работы с позитивом: создание уникального контента, размещение контента в Сети, расширение сетевой целевой аудитории.
23. Основные трудности работы с контентом.
24. Управление репутацией в поисковой выдаче.
25. Оценка результатов SERM, острова контента, заказ контекстной рекламы. Брендинг как отдельный этап стратегии управления цифровой репутацией.
26. Эмоциональный портрет собственного цифрового двойника на основе сторителлинга.

### Типовые задания для Зачета.

1. Проанализируйте, почему в современном обществе сформировался парадокс между стремлением к «цифровой невидимости» и необходимостью формирования публичной цифровой репутации. В своем ответе раскройте следующие аспекты:

Объясните, в чем заключается актуальность управления цифровой репутацией для современного человека, несмотря на существенные затраты (время, деньги, навыки).

В чем причины резкого всплеска интереса к теме цифровой репутации в последние годы?

Дайте четкое определение «цифровой репутации» и проведите разграничение между понятиями «репутация» (в целом) и «цифровая репутация». Как «сетевой этикет» связан с формированием цифровой репутации?

2. Представьте, что вы помогаете другу, начинающему дизайнеру, проанализировать его цифровую репутацию и определить целевую аудиторию. Опишите, из каких основных составляющих будет складываться «Карта цифровой репутации» вашего друга. По каким конкретным признакам (данным) вы будете определять, является ли его текущая цифровая репутация «хорошей» или «плохой»? Используя универсальную методику 5G, предложите сегментацию потенциальной целевой аудитории для дизайнера. Составьте краткий эмоциональный портрет одного из сегментов. Какой из двух путей управления сетевой аудиторией (прямой или косвенный) вы порекомендуете ему на начальном этапе и почему?

3. Владелец небольшого кафе в вашем городе стал жертвой негативного отзыва в социальной сети. Клиентка утверждает, что ей подали несвежий десерт, что испортило ей вечер, и призывает друзей бойкотировать заведение. Отзыв уже набирает лайки и негативные комментарии. Разработайте для владельца кафе пошаговый план действий по управлению этим конфликтом. Ваш план должен включать:

— Определение типа конфликта (прямого/косвенного участия) и обоснование.

— Рекомендации по немедленной реакции (что делать нельзя, что желательно, что рекомендуется).

— Выбор тактики работы с негативом (удаление, выдавливание) и ее обоснование.

— План работы с позитивом для нейтрализации инцидента в долгосрочной перспективе.

Объясните, почему данный инцидент является угрозой для репутационного капитала бизнеса, а не просто неприятным эпизодом. Какие инструменты SERM (Управление репутацией в поисковых системах) можно применить, чтобы снизить видимость этого негативного отзыва в поисковой выдаче? Какие рекомендации по управлению цифровой репутацией и профилактике подобных конфликтов вы дадите владельцу кафе на будущее?

Типовые проверочные задания для самоподготовки обучающегося к промежуточной аттестации:

ТИП ЗАДАНИЯ	СЦЕНАРИИ ВЫПОЛНЕНИЯ	ТИПОВЫЕ ЗАДАНИЯ
Задание закрытого типа с выбором одного правильного ответа из нескольких вариантов предложенных	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.</li> <li>2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.</li> <li>3. Выбрать один верный ответ.</li> <li>4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа (например, 3 или В).</li> </ol>	<p>Студент Алексей начинает карьеру фрилансером в сфере графического дизайна. Он активно публикует свои работы в социальных сетях, но не следит за отзывами клиентов и не имеет персонального сайта-портфолио. Коллега посоветовал ему заняться управлением цифровой репутацией. Какой из перечисленных подходов будет для Алексея наиболее стратегически верным на начальном этапе?</p> <p>Варианты ответов:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Немедленно удалить все старые и потенциально компрометирующие посты из своих социальных сетей, чтобы минимизировать риски.</li> <li>2. Сфокусироваться на целенаправленном формировании цифровой репутации как резюме, последовательно создавая и структурируя контент, который демонстрирует его профессиональные навыки и успешные кейсы.</li> <li>3. Начать с создания эмоционального портрета своего цифрового двойника, используя техники сторителлинга, чтобы вызвать симпатию у</li> </ol>

		<p>потенциальных заказчиков.</p> <p>4.Рассмотреть возможность перехода к стратегии цифровой невидимости, чтобы избежать потенциальных негативных отзывов в будущем.</p> <p>Владелец небольшого интернет-магазина обнаружил в тематическом сообществе в социальной сети негативный пост от клиента с жалобой на долгую доставку. Пост набирает популярность, в комментариях появляются другие недовольные пользователи. Какая тактика работы с негативом на чужой сетевой площадке будет наиболее эффективной в данной ситуации?</p> <p>Варианты ответов:</p> <p>1.Написать модераторам сообщества с требованием удалить пост, так как он порочит репутацию бизнеса.</p> <p>2.Игнорировать пост, так как реакция может привлечь к нему еще больше внимания, и сосредоточиться на создании позитивного контента на собственных страницах магазина (тактика выдавливания).</p> <p>3.Вежливо и публично ответить на пост в том же сообществе: извиниться за доставленные неудобства, объяснить причины задержки (если они есть) и предложить конкретное решение проблемы клиенту в личных сообщениях.</p> <p>4.Написать автору поста гневный ответ, защищая свою компанию, и привести статистику своевременных доставок, чтобы дискредитировать его жалобу.</p>						
<p>Задание закрытого типа на установление соответствия</p>	<p>1.Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидаются пары элементов.</p> <p>2. Внимательно прочитать оба списка: список 1 – вопросы, утверждения, факты, понятия и т.д.;</p> <p>список 2 – утверждения, свойства объектов и т.д.</p> <p>3. Сопоставить элементы списка 1 с элементами списка 2, сформировать пары элементов.</p> <p>4. Записать попарно буквы и цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа (например, А1 или Б4).</p>	<p>Установите соответствие между понятиями из левого столбца и их верными определениями/характеристиками из правого столбца.</p> <table border="1" data-bbox="874 1420 1474 2018"> <thead> <tr> <th data-bbox="874 1420 1171 1491">Понятие</th> <th data-bbox="1171 1420 1474 1491">Определение / Характеристика</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="874 1491 1171 1816">1. Цифровая репутация</td> <td data-bbox="1171 1491 1474 1816">А. Стратегия управления репутацией в поисковых системах, направленная на вытеснение негатива и продвижение позитивного контента в выдаче.</td> </tr> <tr> <td data-bbox="874 1816 1171 2018">2. Цифровая невидимость</td> <td data-bbox="1171 1816 1474 2018">В) Набор правил и норм поведения, общения в сети, соблюдение которых напрямую влияет на восприятие</td> </tr> </tbody> </table>	Понятие	Определение / Характеристика	1. Цифровая репутация	А. Стратегия управления репутацией в поисковых системах, направленная на вытеснение негатива и продвижение позитивного контента в выдаче.	2. Цифровая невидимость	В) Набор правил и норм поведения, общения в сети, соблюдение которых напрямую влияет на восприятие
Понятие	Определение / Характеристика							
1. Цифровая репутация	А. Стратегия управления репутацией в поисковых системах, направленная на вытеснение негатива и продвижение позитивного контента в выдаче.							
2. Цифровая невидимость	В) Набор правил и норм поведения, общения в сети, соблюдение которых напрямую влияет на восприятие							

			пользователя.
		3. Сетевой этикет (Нетикет)	С) Имидж и статус человека, сформированный на основе цифровых следов, онлайн-активности и отзывов о нем в интернете.
		4. Репутационный капитал	Д) Стратегия, связанная со значительными затратами и ограничениями, целью которой является минимизация цифровых следов и переход к анонимности.
		5. SERM	Е) Нематериальный актив, который накапливается со временем и напрямую влияет на экономический успех, уровень доверия и стоимость бренда или личности.
<p>Установите соответствие между ситуацией (конфликт или задача) и наиболее целесообразной тактикой или стратегией ее решения из правого столбца.</p>			
		Ситуация	Тактика / Стратегия решения
		1. Бывший сотрудник разместил в профессиональном сообществе гневный пост с ложной информацией о компании.	А) Прямой путь управления ЦА: стать лидером мнения, чтобы ваша версия событий была основной и вызвала доверие.
		2. Владелец личного блога хочет увеличить влияние и самостоятельно формировать повестку для своей аудитории.	В) Косвенное управление "чужой" аудиторией: публичный, вежливый ответ с предложением решить вопрос в личных сообщениях; работа с лидером мнения сообщества.
		3. В поисковой выдаче по имени человека на первых позициях	С) Тактика работы с позитивом: создание и продвижение

		находится негативная новость 5-летней давности.	"островов контента" — нового, релевантного и позитивного контента, который вытеснит негатив в выдаче.
		4. Необходимо системно повышать лояльность существующих подписчиков и привлекать новых клиентов.	D) Тактика "выдавливания" негатива: на своих площадках (сайт, соцсети) активно публиковать полезный контент, отзывы, новости, чтобы скрыть единичный негатив в ленте.
		5. В комментариях под вашим последним постом в Facebook появился конструктивный, но негативный отзыв.	E) Градуальная работа с контентом: создание уникального контента, расширение сетевой аудитории, регулярный позитивный тон коммуникации.
Задание закрытого типа с выбором нескольких правильных ответов из нескольких вариантов предложенных	<p>1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается несколько правильных ответов из предложенных вариантов.</p> <p>2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.</p> <p>3. Выбрать несколько правильных ответов.</p> <p>4. Записать только номера (или буквы) выбранного варианта ответа (например, 1 4 или А Г).</p>	<p>Какие из приведенных ниже утверждений точно описывают цифровую репутацию как КАПИТАЛ? Выберите ВСЕ подходящие варианты.</p> <p>Варианты ответов:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Она напрямую влияет на уровень доверия к специалисту в шеринг-экономике (например, на фриланс-биржах, в каршеринге), позволяя устанавливать более высокие ставки.</li> <li>2. Ее основная цель — быть идеально чистой, поэтому любой негативный отзыв должен быть немедленно удален любым способом.</li> <li>3. Она требует постоянных инвестиций (время, деньги) в мониторинг и создание позитивного контента для поддержания и роста ее стоимости.</li> <li>4. Ее главная задача — продемонстрировать потенциальному работодателю отсутствие компрометирующей информации в сети.</li> <li>5. Ее можно конвертировать в финансовые выгоды: привлечение клиентов, заключение выгодных контрактов, увеличение продаж.</li> </ol> <p>При столкновении с конфликтом прямого участия (когда критику направляют лично на вас или ваш аккаунт) в социальной сети, какие действия являются рекомендуемыми и эффективными? Выберите ВСЕ подходящие варианты.</p> <p>Варианты ответов:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ответить публично, но вежливо, признать проблему (если вина есть) и предложить путь решения в личных сообщениях.</li> </ol>	

		<p>2. Игнорировать комментарий полностью, не давая конфликту никакой реакции и энергии для развития.</p> <p>3. Сохранить скриншоты негативных сообщений и при необходимости зафиксировать факт нарушения правил площадки.</p> <p>4. В случае перехода конфликта в стадию кибербуллинга (оскорбления, травля) — обратиться за поддержкой к модераторам платформы, а в серьезных случаях — в правоохранительные органы.</p> <p>5. Ответить агрессивно, чтобы показать свою силу и отстоять репутацию, дав отпор обидчику.</p>
Задание закрытого типа на установление последовательности	<p>1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается последовательность элементов.</p> <p>2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.</p> <p>3. Построить верную последовательность из предложенных элементов.</p> <p>4. Записать буквы/цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа в нужной последовательности (например, БВА или 135).</p>	<p>Расположите этапы алгоритма управления цифровой репутацией в ПРАВИЛЬНОЙ ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТИ.</p> <p>Этапы:</p> <p>1.Реализация запланированных тактик: работа с негативом, создание и размещение позитивного контента, управление поисковой выдачей.</p> <p>2.Организация постоянного мониторинга упоминаний и анализ эффективности принятых мер.</p> <p>3.Анализ текущей ситуации: аудит цифрового следа, составление «Карты цифровой репутации», определение целевой аудитории.</p> <p>4.Постановка четких целей: определение, для чего управляется репутация (капитал или резюме), и формулировка ключевых задач.</p> <p>5.Разработка стратегии и выбор конкретных тактик для достижения поставленных целей.</p>
		<p>Вам необходимо грамотно ответить на гневный, но справедливый комментарий под постом на странице вашей компании. Расположите предложенные действия в ПРАВИЛЬНОЙ ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТИ.</p> <p>Действия:</p> <p>1.Публично ответить, признать ошибку (если она была) и поблагодарить за обратную связь.</p> <p>2.Проанализировать инцидент и внести изменения в бизнес-процессы, чтобы предотвратить повторение подобных ситуаций.</p> <p>3.Оценить комментарий, отделив эмоции от сути претензии, и оперативно собрать информацию по ситуации.</p> <p>4.Предложить автору комментария решение его проблемы в личных сообщениях и проследить за его удовлетворенностью.</p> <p>5.Сохранить скриншот комментария и всех последующих действий для внутреннего учета и анализа.</p>
Задание	1.Внимательно прочитать текст	Владелец популярного городского блога о

<p>комбинированного типа с выбором одного правильного ответа из предложенных и обоснованием выбора</p>	<p>задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.</p> <p>2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.</p> <p>3. Выбрать один верный ответ.</p> <p>4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа.</p> <p>5. Записать аргументы, обосновывающие выбор ответа (например, 4 текст обоснования).</p>	<p>ресторанах Анастасия обнаружила, что один из ресторанов, о котором она недавно писала позитивный обзор, разместил у себя в сторис ее личное фото без спроса и с язвительной подписью, высмеивающей ее мнение. Подписчики ресторана активно эту сторис лайкают и поддерживают тон.</p> <p>Вопрос: Какой из нижеперечисленных путей реакции будет <b>НАИБОЛЕЕ</b> эффективным для Анастасии с точки зрения долгосрочного управления ее цифровой репутацией как эксперта?</p> <p>Варианты ответов:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Написать агрессивный разоблачающий пост о ресторане в своем блоге, используя скриншоты сторис, чтобы призвать свою аудиторию к бойкоту.</li> <li>2. Вежливо, но публично ответить в комментариях под постом ресторана или в своих сторис, указав на нарушение этических норм и авторских прав, и предложить решить вопрос цивилизованно.</li> <li>3. Удалить свой первоначальный позитивный обзор этого ресторана и сделать вид, что ничего не произошло, чтобы не привлекать лишнего внимания к конфликту.</li> <li>4. Немедленно написать жалобу в поддержку социальной сети с требованием удалить сторис на основании нарушения правил платформы, не вступая в публичную дискуссию.</li> </ol> <p>Выпускник экономического факультета Иван активно ищет работу в крупной международной компании. Он является администратором успешного тематического паблика о кино в социальной сети, который никак не связан с его профессиональной сферой. При подготовке к собеседованию он задается вопросом, как ему поступить с этим пабликом.</p> <p>Вопрос: Какую стратегию в отношении своего паблика о кино Иван должен выбрать, чтобы она <b>НАИЛУЧШИМ ОБРАЗОМ</b> соответствовала цели формирования цифровой репутации как «резюме»?</p> <p>Варианты ответов:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Срочно удалить паблик или сделать его полностью приватным, чтобы рекрутеры ни при каких обстоятельствах не нашли его и не отвлеклись от его экономического профиля.</li> <li>2. Оставить все как есть. Если рекрутер спросит, объяснить, что это хобби, и продемонстрировать на его примере свои управленческие и SMM-навыки.</li> <li>3. Активно начать публиковать в паблике посты об экономике, финансах и карьере, чтобы превратить его в еще одну площадку для демонстрации своей экспертизы.</li> <li>4. Удалить со стены паблика все личные и</li> </ol>
--	---	--

		неформальные посты, включая обсуждения с подписчиками, оставив только строгие новости о кинопремьерах.
Задание открытого типа с развернутым ответом	<p>1. Внимательно прочитать текст задания и понять суть вопроса.</p> <p>2. Продумать логику и полноту ответа.</p> <p>3. Записать ответ, используя четкие компактные формулировки.</p> <p>4. В случае расчетной задачи, записать решение и ответ</p>	<p>«Цифровая репутация — это не резюме, которое можно просто обновить перед поиском работы, а капитал, который нужно накапливать и приумножать». Согласны ли вы с этим утверждением?</p> <p>Представьте, что вы являетесь консультантом по цифровой репутации для региональной сети кофеен. В одном из городских пабликов (публичных сообществ в соцсети) разгорелся конфликт: постоянный клиент обвинил сеть в использовании некачественных продуктов, подкрепив свое мнение эмоциональным постом и фото. Пост собрал сотни лайков и десятки гневных комментариев как от других недовольных клиентов, так и от случайных пользователей, поддерживающих «борьбу с крупной сетью».</p> <p>Разработайте для руководства кофеен пошаговый стратегический план действий в данной ситуации.</p>

### 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 обучающийся 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,	20-29

недостаточно свободным владением монологической речью, логичностью и последовательностью ответа. Допускается несколько ошибок в содержании ответа и решении практических заданий.	
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. обучающийся не способен ответить на вопросы даже при дополнительных наводящих вопросах преподавателя.	0-19

6.4. Для решения контрольных заданий обучающемуся разрешается использование калькулятора.

## 7. Методические материалы по освоению дисциплины (модуля)

Для изучения основных вопросов образовательной программы необходимо конспектировать материалы лекций, работать с рекомендованной преподавателем литературой, а также ресурсами информационно-телекоммуникационной сети «Интернет». Для приобретения навыков активного использования знаний полезно обсуждать плановые и возникающие вопросы, а также решаемые задачи на практических занятиях. Чтобы легче и прочнее усвоить материал следует постоянно использовать конкретные примеры, сравнения из уже полученных областей наук.

Для закрепления изученного материала даны вопросы по каждой теме дисциплины, на которые следует самостоятельно найти ответы.

Важной составной частью учебного процесса в вузе являются практические занятия. Практические занятия проводятся главным образом по дисциплинам, требующим закрепления навыков решения задач, и помогают студентам глубже усвоить учебный материал, приобрести умения применять принципы системного подхода к решению разнообразных задач, определять и оценивать ресурсы и существующие ограничения разного рода проектов.

При подготовке к практическим занятиям необходимо проанализировать конспект лекции, ознакомиться с рекомендованной литературой по соответствующей теме, осуществить подготовку по рекомендованным в рабочей программе вопросам для обсуждения темы, выполнить домашнее задание (при необходимости).

Необходимо помнить, что на лекции обычно рассматривается не весь материал, а только его часть. Остальная его часть восполняется в процессе самостоятельной работы. В связи с этим работа с рекомендованной литературой обязательна. Особое внимание при этом необходимо обратить на содержание основных положений и выводов, объяснение явлений и фактов, уяснение практического приложения рассматриваемых теоретических вопросов. В процессе этой работы студент должен стремиться понять и запомнить основные положения рассматриваемого материала, примеры, поясняющие его, а также разобраться в иллюстративном материале. В процессе подготовки к занятиям рекомендуется взаимное обсуждение материала, во время которого закрепляются знания, а также приобретает практика в изложении и разъяснении полученных знаний, развивается речь. При необходимости следует обращаться за консультацией к преподавателю (в том числе по электронной почте). Планируя консультацию, необходимо хорошо продумать вопросы, которые требуют разъяснения. Заканчивать подготовку следует составлением плана (конспекта) по изучаемому материалу (вопросу). Это позволяет составить концентрированное, сжатое представление по изучаемым вопросам. Записи имеют первостепенное значение для самостоятельной работы студентов. Они помогают понять построение изучаемого материала, выделить основные положения, проследить их логику. Кроме того, ведение записей способствует превращению чтения в активный процесс, мобилизует, наряду со зрительной, и моторную память. Следует помнить: у студента, систематически ведущего записи, создается свой индивидуальный фонд методических материалов для быстрого повторения изученных вопросов, для мобилизации накопленных знаний. Особенно важны и полезны записи тогда, когда в них находят отражение мысли, возникшие при самостоятельной работе.

После изучения базовых тем курса проводится текущий контроль знаний студентов в виде опроса или письменного тестирования. Типовые тесты и задания по темам дисциплины приведены в специальном разделе данной рабочей программы.

Подготовка к текущему и промежуточному контролю предполагает изучение представленных вопросов к зачету, работу над тестами, представленными в данной рабочей программе, выполнение семестровой проектной работы по применению системного подхода и методов системного анализа к выбранной системе.

Работа в малых группах – это одна из самых популярных форм проведения занятий, так как она дает всем обучающимся (в том числе и

стеснительным) возможность участвовать в работе, практиковать навыки сотрудничества, межличностного общения (в частности, умение активно слушать, вырабатывать общее мнение, разрешать возникающие разногласия). Цель данной формы проведения занятий: продемонстрировать сходство или различия определенных явлений, выработать стратегию или разработать план, выяснить отношение различных групп участников к одному и тому же вопросу. В ходе этой работы дополнительно решаются следующие задачи: развитие навыков общения и взаимодействия в группе, формирование ценностно-ориентационного единства группы, поощрение к гибкой смене социальных ролей в зависимости от ситуации.

Группа студентов делится на несколько малых групп. Количество групп определяется числом творческих заданий, которые будут обсуждаться в процессе занятия. Малые группы формируются либо по желанию студентов, либо по родственной тематике для обсуждения. Каждая малая группа обсуждает творческое задание в течение отведенного времени. Основной этап – проведение обсуждения творческого задания. Заслушиваются суждения, предлагаемые каждой малой группой по творческому заданию. Преподаватель дает оценочное суждение и работе малых групп, по решению творческих заданий, и эффективности предложенных путей решения.

В качестве самостоятельной работы студентами выполняется семестровая работа по применению системного подхода и методов системного анализа к выбранной системе по всем темам. Рекомендуется выбрать организационно-техническую систему. Перед выполнением задания по теме 1 выбранную систему необходимо согласовать с преподавателем. При выполнении заданий по темам могут использоваться представленные студентом материалы по предыдущим темам. Выполненная семестровая работа представляется студентом на открытой защите на промежуточной аттестации.

При написании доклада по заданной теме составляется план, подбираются основные источники. В процессе работы с источниками, систематизируют полученные сведения, делают выводы и обобщения.

Подготовка доклада требует от обучающегося большой самостоятельности и серьезной интеллектуальной работы, которая принесет наибольшую пользу, если будет включать с себя следующие этапы: изучение наиболее важных научных работ по данной теме, перечень которых дает сам преподаватель; анализ изученного материала, выделение наиболее значимых для раскрытия темы фактов, мнений разных ученых и научных положений; обобщение и логическое построение материала доклада, например, в форме

развернутого плана; написание текста доклада с соблюдением требований научного стиля.

Построение доклада включает три части: вступление, основную часть и заключение. Во вступлении указывается тема доклада, устанавливается логическая связь ее с другими темами или место рассматриваемой проблемы среди других проблем, дается краткий обзор источников, на материале которых раскрывается тема и т. п. Основная часть должна иметь четкое логическое построение, в ней должна быть раскрыта тема доклада. В заключении обычно подводятся итоги, формулируются выводы, подчеркивается значение рассмотренной проблемы и т. п.

## **8. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет**

### **8.1. Основная литература**

1. Управление коммуникационными проектами : учебник для вузов / ответственные редакторы В. А. Ачкасова, И. А. Быков. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 236 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-21737-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/581995> (дата обращения: 26.10.2025).

2. Гулевич, О. А. Социальная психология : учебник и практикум для вузов / О. А. Гулевич, И. Р. Сариева. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 424 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05490-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/560349> (дата обращения: 26.10.2025).

3. Бунтовский, С. Ю. Управление общественными отношениями : учебник для вузов / С. Ю. Бунтовский. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 119 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-19730-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/580929> (дата обращения: 26.10.2025).

4. Репутация и технологическое лидерство в цифровом образовании — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 1 с. — (Юрайт.Академия). — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/582267> (дата обращения: 26.10.2025).

5. Корпоративная социальная ответственность : учебник и практикум для вузов / под редакцией Э. М. Короткова. — 3-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 404 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-19091-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/560025> (дата обращения: 26.10.2025).

### **8.2. Дополнительная литература**

1. Савин И.В., Мариев О.С., Пушкарев А.А. Методы анализа социальных сетей в экономике: учебное пособие. — М.: Флинта, 2022. — 99 с. Электронный ресурс: <https://znanium.com/catalog/document?id=413930>

2. Ушкин С.Г. "Народ против": протесты и протестующие в виртуальных социальных сетях: монография. — М.: НИЦ ИНФРА-М, 2023. — 100 с. Электронный

ресурс: <https://znanium.com/catalog/document?id=421141> Линн Л., Ситкинс П. Личный бренд. Позаботьтесь о вашей репутации прежде, чем это сделают другие. – М.: Азбука-Бизнес, 2020. – 224 с.

3. Новиков, Владимир Кузьмич Информационное оружие - оружие современных и будущих войн / Новиков Владимир Кузьмич. - М.: Горячая линия - Телеком, 2021. - 464 с.

4. Скинер К. Цифровой человек. Четвертая революция в истории человечества, которая затронет каждого. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2020. – 304 с.

5. Шваб К. Четвертая промышленная революция. – М.: «Эксмо», 2021. — (TopBusinessAwards) – 138 с.

6. Erik Qualman, What Happens in Vegas Stays on YouTube, Cambridge, MA, 2014

7. Панарин, И.Н. Информационная война и коммуникации / И.Н. Панарин. - М.: Горячая линия - Телеком, 2014. - 177 с.

8. Тарас, А.Е. Информационно-психологическая и психотронная война / А.Е. Тарас. - М.: Харвест, 2003. - 446 с.

9. Траут Д., Ривкин С., Дифференцируйся или умирай! – СПб.: Питер, 2018- 368 с.

### 8.3. Нормативные правовые документы и иная правовая информация

1. Федеральный закон от 27.07.2006 N 149-ФЗ (ред. от 24.11.2014) «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» // СПС «Консультант-Плюс».

2. Федеральный закон от 10.01.2002 № 1-ФЗ "Об электронной цифровой подписи" // Собр. законодательства Рос. Федерации. – 2002. – № 2

3. Федеральный закон от 27.07.2006 № 152-ФЗ "О персональных данных" // Собр. законодательства Рос. Федерации. – 2006. – № 31.

### 8.4. Интернет-ресурсы

Обучающимся обеспечен доступ к материалам курса в СДО Академии <http://lms.ranepa.ru>, а так же через сайт научной библиотеки к следующим подписным электронным ресурсам:

#### ***Русскоязычные ресурсы***

1. e-Library.ru [Электронный ресурс]: Научная электронная библиотека. – URL: <http://elibrary.ru/>

2. Научная электронная библиотека «КиберЛенинка» [Электронный ресурс]. – URL: <http://cyberleninka.ru/>

3. Правовая система «Гарант-Интернет» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.garweb.ru>.

4. Правовая система «КонсультантПлюс» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.consultantru>.

5. Электронные учебники электронно-библиотечной системы (ЭБС) «Айбукс» [http://www.nwapa.spb.ru/index.php?page\\_id=76](http://www.nwapa.spb.ru/index.php?page_id=76)

6. Статьи из журналов и статистических изданий Ист Вью [http://www.nwapa.spb.ru/index.php?page\\_id=76](http://www.nwapa.spb.ru/index.php?page_id=76)

7. Электронные учебники электронно-библиотечной системы (ЭБС) «Айбукс» [http://www.nwapa.spb.ru/index.php?page\\_id=76](http://www.nwapa.spb.ru/index.php?page_id=76)

8. Статьи из журналов и статистических изданий Ист Вью [http://www.nwapa.spb.ru/index.php?page\\_id=76](http://www.nwapa.spb.ru/index.php?page_id=76)

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

№ п/п	Наименование
1.	Специализированные залы для проведения лекций, оснащенные персональным компьютером/ноутбуком и мультимедийным проектором
2.	Аудитории и компьютерные классы, оборудованные посадочными местами и персональными компьютерами с выходом в Интернет для проведения практических занятий
3.	«МТС Линк» — российская платформа для онлайн-коммуникаций и совместной работы команд ; «Яндекс Телемост» — сервис для видеоконференций от Яндекса; Я-мессенджер
4.	Технические средства обучения: персональные компьютеры; программные средства, обеспечивающие просмотр видеофайлов в форматах AVI, MPEG-4, DivX, RMVB, WMV; программы для работы с электронными таблицами для обработки, анализа и визуализации данных; соответствующие онлайн-инструменты для построения интеллект-карты и моделей в различных нотациях
5.	Научная библиотека (в т.ч. электронные информационные ресурсы научной библиотеки)
6.	СДО Академии <a href="https://lms.ranepa.ru/">https://lms.ranepa.ru/</a>