

Сибирский институт управления – филиал РАНХиГС

Факультет политики и международных отношений

Кафедра информатики и математики

**АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ
ДИСЦИПЛИНЫ**

УПРАВЛЕНИЕ ЦИФРОВОЙ РЕПУТАЦИЕЙ

ФТД.03

краткое наименование дисциплины – не устанавливается

по направлению подготовки: 41.03.05 Международные отношения

направленность (профиль): «Мировая политика»

квалификация: Бакалавр

форма обучения: очная

Год набора — 2020

Авторы – составители:

к.полит.наук, директор программ НОЦ подготовки кадров для СНГ ИФУР Арапова
Н.П

начальник Управления информационной политики и коммуникаций Департамента труда
и социальной защиты населения города Москвы Цымбаленко Н.А
ведущий специалист Управления аспирантуры и докторантуры РАНХиГС Мельникова
Е.М.

Новосибирск, 2020

Цель освоения дисциплины:

Сформировать компетенцию, необходимую при осуществлении профессиональной деятельности - способность осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач.

Содержание дисциплины

Модуль 1.

Видеолекция 1. «Введение в курс»

Видеоролик	Часть видеоролика / код записи/мин	Содержание
Видеоролик №1	1.1. Общее содержание и спикеры (6.04 мин) 1.2. Актуальность темы цифровой репутации (12.34 мин)	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?
Видеоролик № 2	1.3. Я уйду из сети? Можно ли стереть личную информацию в сети? Часть 1 (4.30 мин) 1.4. Я уйду из сети? Можно ли стереть личную информацию в сети? Часть 2 (15.14 мин)	Полностью исчезнуть из сети невозможно. 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.
Видеоролик № 3	1.5. Установка на практическое задание (4.11 мин)	Рекомендации по выполнению практических заданий к вводному модулю курсу: «Какой ты сталкер» и «Работа с информацией»

Модуль 2.

Видеолекция 2. «Что такое цифровая репутация?»

Видеоролик	Часть видеоролика / код записи/мин	Содержание
Видеоролик №1	2.1. Что такое репутация? (08.37 мин) 2.2. Характеристика цифровой репутации (13.12 мин)	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».
Видеоролик № 2	2.3. Из чего складывается цифровая репутация? (06.35 мин)	Составляющие цифровой репутации. Цифровой след + цифровая тень = цифровое облако.

	2.4. Цифровая репутация: хорошая или плохая? (06.25 мин.)	Как определить хорошую или плохую цифровую репутацию. Это зависит от вашего цифрового окружения. Рекомендации по выполнению практического задания по заполнению второго раздела «Карты цифровой репутации».
Видеоролик № 3	2.5. Цифровой этикет: понятие и принципы. 2.6. Цифровой этикет. Основные правила.	

Модуль 3.

Видеолекция 3. «Целевая аудитория в сети»

Видеоролик	Часть видеоролика / код записи/мин	Содержание
Видеоролик №1	3.1. Кто ваша аудитория в сети (11.54 мин.)	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.
Видеоролик № 2	3.2. Как найти свою аудиторию в сети (15.06 мин.)	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».
Видеоролик № 3	3.3. Как управлять своей целевой аудиторией в сети Часть 1 (14.04 мин)	Два пути управления сетевой целевой аудиторией: прямой и косвенный. Прямой путь – стать лидером мнений. Косвенный путь – как управлять «чужой» сетевой аудиторией. Прямой и косвенный пути управления аудиторией не исключают друг друга, но каждый из них имеет свои достоинства и недостатки. Однако в обоих случаях наработка доверия у аудитории как основы вашей цифровой репутации – это долгосрочный процесс. Рекомендации по выполнению практического задания – заполняем финальный раздел Карты цифровой репутации.
Видеоролик № 4	3.4. Как управлять своей целевой аудиторией в сети Часть 2 (12.04 мин)	

Модуль 4.

Видеолекция 4. «Стратегия управления цифровой репутацией»

Видеоролик	Часть видеоролика / код записи/мин	Содержание
Видеоролик №1	4.1. Вводная часть: составляющие цифровой репутации (3.44 мин)	Для каких целей вы хотите управлять вашей цифровой репутацией? Формируете вы репутация в Сети как капитал или как резюме. Эти два направления не исключают друг друга, но от выбора приоритетов зависит ваша стратегия по управлению ЦР.
Видеоролик № 2	4.2. Репутация – это капитал (7.17 мин)	Определение репутационного капитала, его роль в современной экономике. Шеринг-экономика и взаимосвязь цифровой репутации и успеха в бизнесе.
Видеоролик № 3	4.3. Репутация – это резюме (7.51 мин)	Цифровые портреты как инструмент подбора кадров. Как формируются цифровые портреты. Цифровые портреты как основа социальных рейтингов государства.
Видеоролик № 4	4.4. Алгоритм управления цифровой репутацией (13.41 мин)	Алгоритм управления цифровой репутацией основан на четырех основных этапах: мониторинг, работа с негативом и работа с позитивом, SERM. Организация мониторинга – ручного или автоматизированного в соответствии с целями и задачами управления ЦР.
Видеоролик № 5	4.5. Работа с негативом. Собственные площадки (10.26 мин)	Работа с негативом. Две основные тактики – удаление и выдавливание при управлении информацией на собственных сетевых площадках.
Видеоролик № 6	4.6. Работа с негативом. «Чужие» сетевые площадки (15.40 мин)	Работа с негативом на «чужих» сетевых площадках предполагает большее разнообразие тактических приемов. Боты и проблемы с их распознаванием.
Видеоролик № 7	4.7. Работа с позитивом (11.38 мин)	Тактики работы с позитивом: создание уникального контента, размещение контента в Сети, расширение сетевой целевой аудитории. Основные трудности работы с контентом.
Видеоролик № 8	4.8. SERM (09.16 мин)	Управление репутацией в поисковой выдаче. Оценка результатов SERM, острова контента, заказ контекстной рекламы. Нужны ли вам услуги SERM-специалистов – критерии оценки.
Видеоролик № 9	4.9. Брендинг (09.45 мин)	Брендинг как отдельный этап стратегии управления цифровой

		репутацией. Эмоциональный портрет собственного цифрового двойника на основе сторителлинга.
Видеоролик № 10	4.10. Выводы (04.27 мин)	Понимание критериев оценки тех или иных видов работ, связанных с репутацией. На каждом этапе у вас должно сложиться понимание – сколько времени занимает тот или иной вид работы, как оценивается эффективность выполнения, какие результаты должны быть получены, сколько специалистов примерно надо привлечь к выполнению конкретно ваших целей. Рекомендации по выполнению практического задания к разделу – «Стратегия управления цифровой репутацией».

Модуль 5.

Видеолекция 5. «Стратегия управления профессиональной репутацией в сети на примере госслужащих»

Видеоролик	Часть видеоролика / код записи/мин	Содержание
Видеоролик №1	5.1. Нормативное регулирование деятельности госслужащего в социальных сетях (7,57 мин)	Нормативное регулирование деятельности госслужащих в сети. Обзор законодательства. Ответственность за утаивание сведений об активности в сети.
Видеоролик № 2	5.2. Цифровая репутация госслужащего. Области регулирования (10.11 мин)	Рекомендации по поведению в сети. Правила поведения в сети, включая личные страницы.

Модуль 6.

Видеолекция 6 «Управление конфликтами в социальных сетях»

Видеоролик	Часть видеоролика / код записи/мин	Содержание
Видеоролик №1	6.1. Конфликты в социальных сетях: какие они? (13.46 мин)	Виды сетевых конфликтов. Конфликты прямого и косвенного участия. В чем отличия. Рекомендации по выполнению практического задания «Кейс: Косметический бренд Lime Crime».
Видеоролик № 2	6.2. Рекомендации по решению конфликтов в социальных сетях <i>Часть 1</i> (10.31 мин)	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».
Видеоролик № 3	6.3. Рекомендации по решению конфликтов в социальных сетях <i>Часть 2 (11.44 мин)</i>	Рекомендации по решению конфликта в Сети косвенного участия. Различные тактики реагирования во взаимосвязи с поставленными целями управления ЦР. ЦР для вас резюме или капитал.
Видеоролик № 4	6.4. Рекомендации по решению конфликтов в социальных сетях <i>Часть 3 (14.52 мин)</i>	Пирамида деловой репутации как инструмент по оценке репутационного ущерба в Сети. Рекомендации по выполнению практического задания «Личный опыт сетевого конфликта».
Видеоролик № 5	6.5. Кибербуллинг <i>(16.27 мин)</i>	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.

Модуль 7.

Видеолекция «Заключение»

Видеоролик	Часть видеоролика / код записи/мин	Содержание
Видеоролик №1	7.1. Чек-лист знаний и навыков по управлению цифровой репутацией <i>(07.23 мин)</i>	Что значит управлять репутацией в сети. Как работать с системой мониторинга. Как разработать стратегию управления цифровой репутации. Как поставить КРІ для оценки эффективности работы с цифровой репутацией. Что делать с конфликтами в сети. Что делать, если я хочу узнать больше.

Формы текущего контроля и промежуточной аттестации:

В ходе реализации дисциплины «Управление цифровой репутацией» используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

в электронном курсе используются тесты, определяющие уровень освоенности материалов, размещенные в системе дистанционного обучения (далее – СДО) для данной дисциплины (адрес: <https://lms.ranepa.ru>); формой текущего контроля выступает решение практического Кейса.

Промежуточная аттестация проводится в форме зачета: тестирование с применением ЭО в СДО, продолжительность – не более 1 академического часа.

Основная литература:

1. Erik Qualman, What Happens in Vegas Stays on YouTube, Cambridge, MA, 2014
2. Скинер К. Цифровой человек. Четвертая революция в истории человечества, которая затронет каждого. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2018. – 304 с.
3. Шваб К. Четвертая промышленная революция. – М.: «Эксмо», 2016 — (Top Business Awards) – 138 с.
4. Линн Л., Ситкинс П. Личный бренд. Позаботьтесь о вашей репутации прежде, чем это сделают другие. – М.: Азбука-Бизнес, 2014. – 224 с.