

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Управление цифровой репутацией

Авторы:

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.

Код и наименование направления подготовки, профиля: 40.05.01 Правовое обеспечение национальной безопасности, образовательная программа «Гражданско-правовая».

Квалификация выпускника: юрист.

Форма обучения: очная.

Цель освоения дисциплины: формирование у обучающихся представления о существующих индивидуальных особенностях и свойствах личности, влияющих на индивидуальный стиль общения в сети, и выработку навыка по составлению коммуникативной стратегии формирования цифровой репутации на личном, профессиональном и корпоративном уровнях

ПЛАН КУРСА:

Дисциплина реализуется на основе электронного курса (далее – ЭК).

Модуль 1. Введение в курс

Содержание видеолекции:

Теоретический блок направлен на формирование исходной понятийно-категориальной базы, рассмотрение структуры курса. В блоке рассматриваются: введение в тему, знакомство с общими понятиями, структура курса, предмет, цели и задачи курса. Актуальность курса. Отличия личной репутации от профессиональной. Формирование репутации компании, продукта или события.

Блок вопросов для самопроверки:

Включает не менее 10 вопросов, определяющих уровень знаний о цифровизации человеческого сообщества. В случае допущенной ошибки обучающийся принудительно возвращается к той части теоретического блока и/или слайду и/или тексту (фрагменту) учебника, где раскрывается соответствующее понятие, излагается соответствующий материал курса.

Блок практикоориентированных заданий

Направлен на выявление степени владения основными методами получения, хранения, переработки информации в компьютерной сети и включает не менее 2 заданий на способность работать с информацией: находить, оценивать и использовать информацию из разных источников.

Модуль 2. Что такое цифровая репутация

Содержание видеолекции:

Теоретический блок направлен на понимание сущности и значения информации в развитии современного информационного общества и ее взаимосвязи с личной, профессиональной и корпоративной репутацией. В блоке рассматриваются опасности и угрозы, возникающие в процессе информационно-коммуникационного взаимодействия в социальных сетях.

Блок вопросов для самопроверки:

Включает не менее 10 вопросов, определяющих уровень понимания терминов «репутация», «цифровая репутация». В случае допущенной ошибки обучающийся принудительно возвращается к той части теоретического блока и/или слайду и/или тексту (фрагменту) учебника, где раскрывается соответствующее понятие, излагается соответствующий материал курса.

Блок практикоориентированных заданий:

Направлен на выявление степени овладения содержанием понятия цифровая репутация и включает не менее 2 заданий, направленных на создание персонального цифрового портрета на основе карты цифровой репутации.

Модуль 3. Целевая аудитория в сети

Содержание видеолекции:

Теоретический блок направлен на изучение формирования аудитории в цифровом измерении, ее возрастных, гендерных и иных характеристик; основных критериев эффективности коммуникации с группами целевой общественности в социальных сетях; активной целевой аудитории наиболее популярных социальных сетей. Учащиеся знакомятся со схемами целевой аудитории в сети Интернет, основными рекомендациями по поиску и набору своей целевой аудитории.

Модуль 4. Стратегия управления цифровой репутацией

Содержание видеолекции:

Теоретический блок направлен на изучение алгоритмов работы с цифровой репутацией. Знакомство с понятиями самопрезентация, мониторинг, работа с негативом, работа с позитивом, SERM, брендинг. Понятие автоматического и ручного мониторинга. Основные отличия между личной, профессиональной и корпоративной цифровой репутацией.

Блок вопросов для самопроверки:

Включает не менее 10 вопросов, направленных на знание основных методов и приемов продвижения организации в социальных сетях. В случае допущенной ошибки обучающийся принудительно возвращается к той части теоретического блока и/или слайду и/или тексту (фрагменту) учебника, где раскрывается соответствующее понятие, излагается соответствующий материал курса.

Блок практикоориентированных заданий:

Направлен на умение использовать инструменты социальных сетей для достижения коммуникативных целей и анализа результата и включает не менее 2 заданий на разработку и реализацию SMM-стратегии, а также на оценку эффективности реализации SMM-стратегии, необходимой для формирования позитивной цифровой репутации.

Модуль 5. Стратегия управления профессиональной репутацией в сети на примере госслужащих

Содержание видеолекции:

Теоретический блок направлен на формирование представлений о нормативном регулировании деятельности госслужащих в сети Интернет. В блоке формируется понимание ответственности за утаивание сведений об активности в сети Интернет, даны рекомендации по поведению в сети Интернет, рассматриваются правила поведения в сети Интернет, включая личные страницы.

Блок вопросов для самопроверки:

Включает не менее 10 вопросов, направленных на знание правовых и этических норм регулирования деятельности госслужащих в сети Интернет; основных критериев эффективности коммуникации с группами целевой общественности в сети Интернет. В случае допущенной ошибки обучающийся принудительно возвращается к той части теоретического блока и/или слайду и/или тексту (фрагменту) учебника, где раскрывается соответствующее понятие, излагается соответствующий материал курса.

Блок практикоориентированных заданий:

Направлен на умение использовать инструменты социальных сетей для достижения коммуникативных целей и анализа результата, в том числе необходимые для работы госслужащего и включает не менее 1 задания на создание и запуск информационных кампаний в социальных сетях и отслеживания их эффективности, необходимых для выстраивания диалога госслужащих с гражданами в социальных сетях.

Модуль 6. Управление конфликтами в социальных сетях

Содержание видеолекции:

Теоретический блок направлен на формирование представлений о вариантах снижения репутационных рисков, о видах конфликтов в сети Интернет. Обучающиеся познакомятся в блоке с рекомендациями для решения конфликтов в социальных сетях.

Блок вопросов для самопроверки:

Включает не менее 10 вопросов, направленных на знание последствий и эффектов ключевых методов продвижения информации в социальных сетях. В случае допущенной ошибки обучающийся принудительно возвращается к той части теоретического блока и/или слайду и/или тексту (фрагменту) учебника, где раскрывается соответствующее понятие, излагается соответствующий материал курса.

Блок практикоориентированных заданий:

Направлен на умение работать с конфликтами в социальных сетях и минимизировать репутационные риски как личные, так и угрожающие корпоративной репутации и включает не менее 1 задания на овладение приемами управления информационными конфликтами, следуя общечеловеческим гуманистическим принципам, кодексу профессиональной этики и социальной ответственности.

Модуль 7. Заключение

Содержание видеолекции:

Теоретический блок включает в себя краткое обобщение предыдущих модулей и формулирование основных положений по содержанию курса.

ФОРМЫ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ:

Дисциплина «Управление цифровой репутацией» (ФТД.В.04) в соответствии с учебным планом осваивается во второй сессии на 3 курсе очной формы обучения.

Форма промежуточной аттестации в соответствии с учебным планом: на 3 курсе – зачет.

В результате освоения дисциплины у студентов должны быть:

сформированы знания:

– способов систематизации источников информации

сформированы умения:

– применение критического анализа информации

сформированы навыки:

– умение работать с источниками информации

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.