

**ОБЩЕСТВО С ОГРАНИЧЕННОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ «СОСТАВ.РУ»**

**УТВЕРЖДАЮ**

Генеральный директор

\_\_\_\_\_ А.Л.Трубников

М.П.

«19» августа 2025 года

**ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ПРОГРАММА -  
ПРОГРАММА ПОВЫШЕНИЯ КВАЛИФИКАЦИИ  
«УПРАВЛЕНИЕ РЕПУТАЦИЕЙ КОМПАНИИ»**

**Документ о квалификации:** удостоверение о повышении квалификации

**Объем:** 16 академических часов

**Форма обучения:** заочная с применением ДОТ

г. Москва

2025 год

## **1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ**

Дополнительная профессиональная программа повышения квалификации «Управление репутацией компании» регламентирует цели, планируемые результаты, содержание, условия и технологии реализации образовательного процесса, оценку качества подготовки обучающихся и включает в себя: учебный план, фонды оценочных средств, порядок итоговой аттестации, календарный учебный график и другие материалы, обеспечивающие качество подготовки обучающихся.

### **1.1 Цели и задачи программы:**

#### **Цели программы:**

Целью реализации программы является получение слушателями теоретических знаний и практических умений по применению в профессиональной деятельности специалистов по работе с брендом и руководителей направлений digital, PR, IT, SEO, SERM специализированных инструментов в рамках решения задач по управлению репутацией по запросу клиента, по анализу новых и эффективных стратегий, техник в работе с персонами и брендами, а также расширение знаний и умений в сфере применения современных информационных технологий при управлении репутацией бренда и персоны.

#### **Задачи программы:**

- Изучение инструментов управления репутацией в поисковой выдаче (SERM );
- Рассмотрение механизмов, позволяющих увеличить объем позитива в поисковой выдаче и удержать позиции на важных ресурсах, формируя стабильную общую картину.
- Использование алгоритмов предотвращения распространения негативной информации о компании и минимизация ее негативного влияния.
- Разработка и реализация стратегий для эффективного реагирования на кризисные ситуации, связанные с репутацией.

### **1.2 Нормативно-правовая база разработки дополнительной профессиональной программы – программы повышения квалификации:**

1. Федеральный закон «Об образовании в Российской Федерации» от 29 декабря 2012 года № 273-ФЗ;
2. Приказ Минпросвещения России от 09.11.2018 № 196 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным общеобразовательным программам»;
3. Приказ Министерства образования и науки РФ от 23 августа 2017 г. № 816 «Об утверждении Порядка применения организациями, осуществляющими образовательную деятельность, электронного обучения, дистанционных образовательных технологий при реализации образовательных программ»;
4. Письмо Министерства просвещения РФ от 19 марта 2020 г. № ГД-39/04 «О направлении методических рекомендаций»;

5. Концепция развития дополнительного образования (распоряжение Правительства Российской Федерации от 4 сентября 2014 г. № 1726-р);
6. Методические рекомендации по проектированию дополнительных общеразвивающих программ (включая разноуровневые программы) (письмо министерства образования и науки РФ от 18.11.2015 года № 09-3242);
7. Методические рекомендации для субъектов Российской Федерации по вопросам реализации основных и дополнительных общеобразовательных программ в сетевой форме (утв. министерством просвещения РФ 28 июня 2019 года № МР-81/02вн);
8. Инструктивное письмо Минобрнауки России от 09 октября 2013 г. № 06-735 (от 08 октября 2013 г. № 06-731) «О дополнительном профессиональном образовании»;
9. Профстандарт «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты РФ от 4 августа 2014 г. N 535н
10. Профстандарт «Специалист по информационным ресурсам», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 19.07.2022 № 420н
11. Профстандарт «Специалист по интернет-маркетингу», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 19 февраля 2019 года N 95н
12. Нормативно-методические документы Минобрнауки России;
13. Локальные нормативные акты, регламентирующие образовательный процесс с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий ООО «СОСТАВ.РУ»
14. Устав ООО «Состав.ру»;
15. Локальные акты ООО «Состав.ру»

- *Положение о реализации дополнительных профессиональных программ (далее - Положение о реализации ДПП);*

- *Положение об организации электронного обучения и использовании дистанционных образовательных технологий.*

### **1.3. Характеристика компетенций, подлежащих совершенствованию в результате освоения Программы**

Программа повышения квалификации основана на требованиях ФГОС СПО 42.02.01 (от 21.07.2023 №552) Реклама в части характеристики компетенций, которые подлежат совершенствованию. В ходе обучения у обучающихся развиваются и закрепляются следующие компетенции:

**ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам.** Развитию подлежат:

Умения:

- ❖ распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте
- ❖ выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы
- ❖ определять необходимые ресурсы
- ❖ реализовывать составленный план оценивать результат и последствия своих действий

Знания:

- ❖ актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить

- ❖ основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте
- ❖ алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях
- ❖ методы работы в профессиональной и смежных сферах
- ❖ структуру плана для решения задач
- ❖ порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности

**ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности.** Развитию подлежат:

Умения:

- ❖ определять и структурировать необходимые источники информации
- ❖ оценивать практическую значимость результатов поиска
- ❖ применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач

Знания:

- ❖ приемы структурирования информации
- ❖ современные средства и устройства информатизации, порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности в том числе с использованием цифровых средств

Программа повышения квалификации учитывает требования профессионального стандарта «Специалист по интернет-маркетингу» (от «19» февраля 2019г. № 95у) в части требований к подлежащим совершенствованию обобщенным трудовым функциям, трудовым действиям, умениям и знаниям. В ходе обучения у обучающихся развиваются и закрепляются следующие трудовые функции профессионального стандарта:

Обобщенные трудовые функции			Трудовые функции	
Код	Наименование	Уровень квалификации	Наименование	Код
C	Проведение подготовительных работ для продвижения в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	4	Управление коммуникациями в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	C/02.4

А именно, следующие трудовые действия, умения и знания трудовой функции С/02.4:

Трудовые действия:

- ❖ Реагирование на вопросы и комментарии участников сообществ в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

Необходимые умения:

- ❖ Использовать инструментарий современных социальных медиа

Необходимые знания:

- ❖ Функционирование современных социальных медиа
- ❖ Основы копирайтинга и веб-райтинга

#### **1.4. Характеристика новой квалификации и связанных с ней видов профессиональной деятельности, трудовых функций и (или) уровней квалификации**

Программа повышения квалификации основана на требованиях профессионального стандарта «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации» (от «4» августа 2014г. №535н) в части требований к необходимым для обобщенных трудовых и трудовых функций трудовым действиям, умениям и знаниям:

Обобщенные трудовые функции			Трудовые функции	
Код	Наименование	Уровень квалификации	Наименование	Код
B	Организация продвижения продукции СМИ	6	Контроль и оценка эффективности результатов продвижения продукции СМИ	B/04.6

##### **ОТФ (B) – Организация продвижения продукции СМИ**

ТФ (B/04.6) Контроль и оценка эффективности результатов продвижения продукции СМИ

Трудовые действия:

- Организация сбора информации об узнаваемости продвигаемой продукции СМИ, удовлетворенности потребителей, мнении потребителей о характеристиках продвигаемой продукции
- Разработка предложений по корректировке стратегий и программ продвижения продукции СМИ

Необходимые умения:

- Использовать современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе интернет-технологии и специализированные программные продукты
- Находить и анализировать необходимую информацию, применять количественные и качественные методы анализа

Необходимые знания:

- Принципы построения и оценки обратной связи с потребителями продукции СМИ
- Корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регулирующие профессиональную деятельность

Программа повышения квалификации основана на требованиях профессионального стандарта «Специалист по информационным ресурсам» (от «19» июля 2022г. №420н) в части требований к необходимым для обобщенных трудовых и трудовых функций трудовым действиям, умениям и знаниям:

Обобщенные трудовые функции			Трудовые функции	
Код	Наименование	Уровень квалификации	Наименование	Код
B	Создание и редактирование информационных ресурсов	5	Модерирование обсуждений на сайте, форуме и в социальных сетях	B/05.5

C	Управление информационными ресурсами	6	Управление информацией из различных источников	C/02.6
---	--------------------------------------	---	--	--------

### **ОТФ (В) – Создание и редактирование информационных ресурсов**

ТФ (В/05.5) Модерирование обсуждений на сайте, форуме и в социальных сетях

Трудовые действия:

- Обработка комментариев пользователей, подготовка оперативных ответов или поручение этой задачи сотрудникам организации
- Контроль и удаление нежелательного контента
- Проведение мероприятий для повышения посещаемости сайта, форума и страниц организации в социальных сетях, ослабления негативных реакций, поддержания дружелюбной тональности в комментариях к официальным сообщениям организации
- Управление дискуссиями с участниками сообществ

Необходимые умения:

- Вести диалоги и управлять дискуссиями с участием большого числа активных пользователей

Необходимые знания:

- Специальная терминология в области веб-технологий
- Виды спама и нежелательного контента, методы и средства борьбы с ними
- Основы законодательства Российской Федерации в области запрета и ограничений на распространение определенных видов информации

### **ОТФ (С) – Управление информационными ресурсами**

ТФ (С/02.6) Управление информацией из различных источников

Трудовые действия:

- Мониторинг появления новой или необходимой информации внутри организации, в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" и других источниках

Необходимые умения:

- Настраивать и использовать программное обеспечение и технические средства для регулярной коммуникации, мониторинга информации в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

Необходимые знания:

- Особенности работы с агрегаторами новостей, электронными подписками, социальными сетями, форумами

## **2. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ПРОГРАММЕ**

## **2.1. Перечень профессиональных компетенций, формирующихся в результате освоения программы:**

Слушатель, освоивший программу повышения квалификации, должен обладать следующими компетенциями:

**ПК-1** – Способен организовывать сбор данных и проводить исследования в сети Интернет для решения задач управления репутацией бренда/ компании.

**ПК-2** – Способен выбирать и использовать адекватные, надежные и корректные формы, техники и алгоритмы реагирования в ситуациях, возникающих в интернет-пространстве по вопросу репутации бренда/ компании.

**ПК-3** – Готов применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач в сфере управления репутацией бренда/ компании.

## **2.2. Планируемые результаты обучения (ЗУН)**

Планируемыми результатами обучения по Программе являются совершенствование и формирование компетенций, перечисленных в разделах "Характеристики компетенций, подлежащих совершенствованию" и "Перечень новых компетенций, формирующихся в результате освоения программы", вследствие приобретения следующих знаний, умений и навыков:

Знать:

- специальную терминологию в области управления репутацией в сети Интернет;
- основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте;
- виды спама и нежелательного контента, методы и средства борьбы с ними;
- алгоритмы и методы выполнения работ в профессиональной и смежных областях;
- принципы построения и оценки обратной связи с потребителями продукции бренда/ компании;
- порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности;
- современные средства и устройства информатизации, порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности в том числе с использованием цифровых средств;
- основы законодательства Российской Федерации в области запрета и ограничений на распространение определенных видов информации и иные нормативные акты, регулирующие профессиональную деятельность.

Уметь:

- распознавать задачу и/или репутационную проблему в профессиональном и/или социальном контексте;
- обрабатывать комментарии пользователей, готовить оперативные ответы и управлять дискуссиями с участием большого числа активных пользователей;
- проводить мероприятия для ослабления негативных реакций, поддержания дружелюбной тональности в комментариях к официальным сообщениям организации;
- применять в профессиональной деятельности современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе интернет-технологии и специализированные программные продукты для регулярной коммуникации, мониторинга информации в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет";

- выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы;
- определять необходимые ресурсы и источники информации для решения профессиональных задач;
- оценивать практическую значимость результатов поиска ;
- оценивать эффективность проведенных коррекционных мероприятий;
- выполнять контроль и удаление нежелательного контента.

Владеть:

- методами мониторинга появления новой или необходимой информации в информационно - телекоммуникационной сети "Интернет" и других источниках;
- методами сбора информации об узнаваемости бренда, удовлетворенности потребителей, мнении потребителей о характеристиках продвигаемой продукции компании;
- навыками ведения диалога и управлять дискуссиями с участием большого числа активных пользователей.

### **3. СРОКИ И ЭТАПЫ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ**

Программа дополнительной общеобразовательной общеразвивающей программы «Управление репутацией компании» рассчитана на 16 академических часов.

Зачисление обучающихся производится по факту оплаты за обучение. График старта обучения в группах утвержден расписанием ООО «СОСТАВ.РУ». Рекомендуемая продолжительность обучения по программе - 4 недели. Студент может самостоятельно регулировать продолжительность обучения и пройти программу быстрее или медленнее.

#### **3. 1. Учебный план программы**

Учебный план дополнительной профессиональной программы определяет перечень, трудоемкость, последовательность и распределение учебных тем, иных видов учебной деятельности обучающихся и форм аттестации и представлен в приложении 1.

Общая трудоемкость программы - 16 академических часов. Из них: 1 – теоретическая часть, проводимая в формате предзаписанных видеолекций, 15 – практическая часть, проводимая в формате индивидуальной самостоятельной работы онлайн и тестирования.

#### **3. 2. Календарный учебный график**

Календарный учебный график устанавливает детальное распределение учебной нагрузки, в том числе самостоятельной работы по учебным темам программы, модулям, иным видам учебной деятельности обучающихся.

Дата начала реализации дополнительной профессиональной программы - программы повышения квалификации «Управление репутацией компании» определяется приказом ООО «СОСТАВ.РУ».

Занятия проводятся в формате коротких видеоуроков, которые открываются на платформе последовательно - микрообучение. Видеоуроки предоставляют учащимся материал небольшими порциями (по 5-12 минут) в момент необходимости, с четким и конкретным результатом обучения в каждом уроке. Учащийся может контролировать, что и когда он изучает, и может завершить обучение в удобное для него время и в удобном месте. Формы и режим занятий ориентированы на развитие конкретного навыка - реагирование в сети Интернет на ситуации, влияющие на репутацию компании.

Формы проведения занятий: предзаписанные видеолекции, практическое занятие, проектная работа и исследовательская деятельность. Доступ к последующим темам возможен после освоения предыдущих материалов.

Календарный учебно-тематический график обучения представлен в Приложении 2.

Требования к уровню образования поступающих на обучение	Диплом о высшем или о среднем профессиональном образовании. Знание основы компьютерной грамотности.
Категория слушателей	Обучение взрослых
Продолжительность обучения	2 недели
Форма обучения	заочная с применением ДОТ
Режим занятий	Образовательный процесс по программе может осуществляться в течение всего учебного года. Занятия проводятся по мере комплектования групп. Дата начала реализации программы определяется приказом руководителя организации.

#### 4. СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ - РАБОЧАЯ ПРОГРАММА КУРСА

Название раздела, темы	Виды учебных занятий	Содержание
Урок 1. Вводный урок.	<b>Лекция,</b> 0,03 ак.часа (1:29 минут)	Организационная информация по курсу. Представлена программа курса, описание образовательных результатов, график обучения, данные об экспертизе преподавателя и порядок доступа на платформу.
Урок 2. Изучение рекомендуемой литературы	<b>Самостоятельная работа,</b> 0,5 часа	Изучение списка литературы, планирование своего обучения
Урок 3. Анализ поискового спроса / поисковой выдачи.	<b>Лекция,</b> 0,16 ак.часа (7:20 минут)	В этом уроке сделан экскурс в понятие «репутация в сети» или ORM (online reputation management) и дано определение понятию «поисковый запрос» и как его можно оценить; рассмотрен пошаговый план работы по анализу поисковой выдачи по репутационным запросам; изучены алгоритмы для составления семантического ядра, анализа состояния поисковой выдачи по собранному семантическому ядру.

	<b>Самостоятельная работа, 3 часа</b>	Усвоение текущего учебного материала, изучение рекомендованных информационных источников, подготовка к текущим видам контроля знаний, самостоятельная подготовка к практическим занятиям. Практическая работа №1.
Урок 4. Формирование поисковой выдачи.	<b>Лекция,</b> 0,1 ак.часа (4:42 минут)	В этом уроке рассмотрены алгоритмы формирования поисковой выдачи и разберемся в особенностях работы с социальными сетями. По итогам занятия студенты составляют контент-план, чтобы новые публикации ранжировались в топ-10 Яндекс и Google и проверяют SERM-стратегию выбранного бренда по чек-листу.
	<b>Самостоятельная работа, 3 часа</b>	Усвоение текущего учебного материала, изучение рекомендованных информационных источников, подготовка к текущим видам контроля знаний, самостоятельная подготовка к практическим занятиям. Практическая работа №2.
Урок 5. Работа с отзывиками и геосервисами.	<b>Лекция,</b> 0,32 ак.часа (14:42 минут)	В этом уроке представлены инструменты работы с сайтами-отзовиками и геосервисами. Сделан обзор путей, как отстаивать интересы бренда с помощью инструмента официального представителя. Показана практика удаления противозаконных публикаций. Также проанализированы все «за» и «против» использования неорганических отзывов.
	<b>Самостоятельная работа, 3 часа</b>	Усвоение текущего учебного материала, изучение рекомендованных информационных источников, подготовка к текущим видам контроля знаний, самостоятельная подготовка к практическим занятиям. Практическая работа №3.
Урок 6. Взаимодействие со СМИ и тематическими площадками.	<b>Лекция,</b> 0,17 ак.часа (7:47 минут)	Рассмотрены понятия СМИ и тематических площадок, определена роль этих форматов для эффективного управления репутацией персоны и бренда и изучены способы выбора СМИ и тематических площадок для формирования информационного фона. По итогам занятия обучающиеся смогут определить свою стратегию взаимодействия со СМИ и реагирования на негативные публикации.
	<b>Самостоятельная работа, 3 часа</b>	Усвоение текущего учебного материала, изучение рекомендованных информационных источников, подготовка к текущим видам контроля знаний, самостоятельная подготовка к практическим занятиям. Практическая работа №4.
	<b>Лекция,</b> 0,28 ак.часа (12:34	Проанализирована необходимость фиксировать упоминания в медиапространства и изучены способы

Урок 7. Мониторинг инфополя.	минут)	проведения мониторинга информационного пространства. Рассмотрены способы правильной фиксации упоминаний о бренде. На практике составлен запрос для поискового алгоритма системы мониторинга упоминаний.
	<b>Самостоятельная работа, 2 часа</b>	Усвоение текущего учебного материала, изучение рекомендованных информационных источников, подготовка к текущим видам контроля знаний, самостоятельная подготовка к практическим занятиям. Тестирование №1
Урок 8. Итоговая аттестация	<b>Самостоятельная работа, 0,5 часа</b>	Итоговая рефлексия: обучающийся самостоятельно анализирует и подводит итоги своего обучения. Анкета итоговой рефлексии.

## 5. ФОРМЫ КОНТРОЛЯ КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ И ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

Оценка качества освоения образовательной Программы повышения квалификации включает текущую аттестацию и итоговую аттестацию обучающихся.

### 5.1. Формы текущей аттестации

Формы текущей аттестации порядок проведения, критерии оценивания, оценочные материалы раскрыты в разделе 5.3 Оценочные материалы. Типовые контрольные задания, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы представлены в виде теста и практических заданий в каждом уроке курса.

Объектами оценивания выступают:

- степень освоения теоретических знаний,
- уровень овладения практическими умениями и навыками по всем видам учебной работы.

Текущий контроль знаний, обучающихся проводится экспертом, сопровождающим обучение, на протяжении всего обучения по программе.

Текущий контроль знаний включает в себя наблюдение эксперта за учебной работой обучающихся и проверку качества знаний, умений и навыков, которыми они овладели на определенном этапе обучения посредством выполнения тестов и упражнений на практических занятиях и в иных формах, установленных экспертом.

Результаты текущего контроля доводятся до сведения слушателя до итоговой аттестации. Текущий контроль успеваемости осуществляется в виде накопительной системы по шкале зачет/ незачет.

### 5.2. Формы итоговой аттестации

Итоговая аттестация - процедура, проводимая с целью фиксации уровня знаний, обучающихся с учетом прогнозируемых результатов обучения и требований к результатам освоения образовательной программы. Итоговая аттестация осуществляется по накопительной системе на основе итогов текущего контроля в уроках программы. Форма итоговой аттестации по программе – зачет.

При проведении итоговой аттестации структура итоговых испытаний полностью отражает содержание занятий по всем темам программы повышения квалификации.

Фонд оценочных средств итоговой аттестации включает в себя:

- перечень компетенций, которыми должны овладеть обучающиеся в результате освоения образовательной программы;
- описание показателей и критериев оценивания компетенций, а также шкал оценивания;
- типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов освоения образовательной программы;
- методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов освоения образовательной программы.

В ходе итоговой аттестации проводится также подведение итогов и индивидуальная рефлексия для фиксации достижений и для определения для каждого обучающегося «зоны достижений в ходе обучения». Формат проведения итоговой рефлексии - анкетирование.

Лицам, освоившим дополнительную общеобразовательную общеразвивающую программу «Управление репутацией компании» успешно прошедшим все формы контроля знаний и умений, выдается документ установленного образца с указанием названия программы, календарного периода обучения, длительности обучения в академических часах.

### 5.3. Оценочные материалы

Для осуществления текущего контроля освоения обучающимися содержания тем модуля предусмотрено выполнение практических заданий в форме самостоятельной отработки с последующей проверкой эксперта, тестирований с автопроверкой и ограниченным количеством попыток.

Задания по программе (текущий контроль знаний):

#### Практическая работа №1 по теме Анализ поискового спроса / поисковой выдачи

Название	Анализ поискового спроса / поисковой выдачи
Требования к структуре и содержанию	<p>Проектная работа с учетом индивидуального запроса обучающегося.</p> <p>Задание:</p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Собрать семантическое ядро для своей компании с помощью <a href="#">Wordstat</a></li><li>2. Выбрать наиболее частотные запросы репутационные запросы с помощью <a href="#">Wordstat</a></li><li>3. Посмотреть топ-10 выдачи в Яндекс и Google по 4 самым частотным репутационным запросам с помощью сервиса <a href="#">PromoPult</a> (модуль “Репутация в поиске”)</li><li>4. Проанализировать тональность выдачи с помощью любого сервиса мониторинга с помощью сервиса <a href="#">PromoPult</a> (модуль “Репутация в поиске”)</li><li>5. Собрать табличку с приоритетными сайтами и их тональностью для дальнейшей работы.</li></ol>

Критерии оценивания	<p>Задание с проверкой эксперта.</p> <p><b>Зачет:</b> задание выполнено правильно в соответствии с инструкцией/ технологией, допускаются 2-3 несущественные погрешности/ ошибки при применении алгоритмов или оформлении выводов.</p> <p><b>Незачет:</b> неумение применять знания на практике, применяемые техники не связаны с запросом задачи, наличие грубых ошибок в алгоритме работы, выводы сформулированы поверхностно, некорректно или отсутствуют вообще, непонимание сущности излагаемого вопроса.</p>
---------------------	---

### **Практическая работа №2 по теме Формирование поисковой выдачи**

Название	Формирование поисковой выдачи
Требования к структуре и содержанию	<p>Проектная работа с учетом индивидуального запроса обучающегося.</p> <p><b>Задание:</b></p> <p>По приведенному ниже чек-листу нужно оценить SERM-стратегию вашего бренда/компании.</p> <p>Чек-лист для внутренней оценки SERM-стратегии</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Прочесть ключевые запросы из семантического ядра – они про то, что нужно?</li> <li>2. Посмотреть сайты, которые есть в ТОП-10 Яндекс и Google на старте работ</li> <li>3. Посмотреть тональность SERP</li> <li>4. Выписать 20 сайтов, которые повторяются в выдаче больше всего</li> <li>5. Прочесть список приоритетных сайтов – они подходят под ваше представление о бренде?</li> <li>6. Смоделировать свой эталонный ТОП-10 поискового спроса</li> <li>7. Этalonный ТОП-10 – это и есть ваш список приоритетных сайтов, читайте предложение по каждому сайту.</li> <li>8. Оценить суммарный объем публикаций для каждого сайта</li> <li>9. Составить план кросс-постинга: что дублируем, куда отдаем уникальность, как делаем рерайт?</li> <li>10. Оценить позиции новых статей в поисковой выдаче</li> </ol>
Критерии оценивания	<p>Задание с проверкой эксперта.</p> <p><b>Зачет:</b> задание выполнено правильно в соответствии с инструкцией/ технологией, допускаются 2-3 несущественные погрешности/ ошибки при применении алгоритмов или оформлении выводов.</p> <p><b>Незачет:</b> неумение применять знания на практике, применяемые техники не связаны с запросом задачи, наличие грубых ошибок в алгоритме работы, выводы сформулированы поверхностно, некорректно или отсутствуют вообще, непонимание сущности излагаемого вопроса.</p>

### **Практическая работа №3 по теме Работа с отзывиками и геосервисами.**

Название	Работа с отзывиками и геосервисами
Требования к структуре и содержанию	<p>Проектная работа с учетом индивидуального запроса обучающегося.</p> <p>Задание:</p> <p>Проанализируйте карточку бренда/бизнеса конкурента на одном из профильных сервисов (Яндекс. Карты, otzovik.com или подобные) по следующий параметрам:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Корректность оформления карточки.</li> <li>2. Наличие негативных/позитивных отзывов.</li> <li>3. Наличие ответов ОП.</li> <li>4. Скорость ответа ОП.</li> <li>5. Оценка органических/неорганических отзывов, их доля.</li> </ol>
Критерии оценивания	<p>Задание с проверкой эксперта.</p> <p>Зачет: задание выполнено правильно в соответствии с инструкцией/ технологией, допускаются 2-3 несущественные погрешности/ ошибки при применении алгоритмов или оформлении выводов.</p> <p>Незачет: неумение применять знания на практике, применяемые техники не связаны с запросом задачи, наличие грубых ошибок в алгоритме работы, выводы сформулированы поверхностно, некорректно или отсутствуют вообще, непонимание сущности излагаемого вопроса.</p>

#### Практическая работа №4 по теме Взаимодействие со СМИ и тематическими площадками.

Название	Взаимодействие со СМИ и тематическими площадками
Требования к структуре и содержанию	<p>Проектная работа с учетом индивидуального запроса обучающегося.</p> <p>Задание:</p> <p>Составьте ТЗ для размещения материала о вашем бренде в медиапространстве.</p> <p>Для этого:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Подберите несколько тематических СМИ.</li> <li>2. Сформулируйте цель статьи.</li> <li>3. Определите вашу ЦА и ее основные интересы.</li> <li>4. Определите ключевые метрики материала</li> <li>5. Оцените бюджет на размещение</li> </ol>
Критерии оценивания	<p>Задание с проверкой эксперта.</p> <p>Зачет: задание выполнено правильно в соответствии с инструкцией/ технологией, допускаются 2-3 несущественные погрешности/ ошибки при применении алгоритмов или оформлении выводов.</p> <p>Незачет: неумение применять знания на практике, применяемые техники не связаны с запросом задачи, наличие грубых ошибок в алгоритме работы, выводы сформулированы поверхностно, некорректно или отсутствуют вообще, непонимание сущности излагаемого вопроса.</p>

## Тестирование №1 по теме Мониторинг инфополя

Название	Мониторинг инфополя
Требования к структуре и содержанию	Тест из 5 вопросов с автопроверкой по основам применения инструментов мониторинга на практике (ситуативный тест).
Критерии оценивания	Работа считается выполненной, если слушатель правильно ответил на 80% и более вопросов теста. Автопроверка. 3 попытки.

Ситуационный тест по итогам урока:

1. Вы - аналитик в крупной компании. Одна из ваших задач — мониторинг негативных упоминаний бренда в медиапространстве. В Вашем отделе есть подписка на один из сервисов мониторинга, как Вы будете использовать свой инструментарий?:
  - Буду заниматься ручным мониторингом, так надежнее
  - Воспользуюсь конкретным инструментарием под каждую из соцсетей бренда
  - Мы команда - буду просить коллег присыпать мне весь негатив, который они встретят в сети
  - Буду использовать одну универсальную мониторинговую системы по прямому назначению**
2. Вы - сотрудник небольшого агентства по продвижению в интернете и управлению репутацией. Ваш клиент - крупный дистрибутор строительной техники. Во время рабочей коммуникации, он попросил Вас отследить негативные публикации из региона Дальнего Востока России, так как месяц назад туда поступила партия бракованных деталей. Как Вы будете решать данную задачу:
  - Вместе с коллегами найдем человека на месте, свяжемся с ним и предложем на коммерческой основе искать негативные упоминания по локальным сообществам в соцсетях
  - Предпримем попытку распределить рабочие часы на ночное время, чтобы собрать весь негатив по просьбе клиента с помощью ручного мониторинга
  - Воспользуюсь мониторинговой системой и буду искать негатив по геоданным пользователей**
  - Вместе с клиентом отправимся в командировку, для решения проблемы на месте
3. Недавно Вы запустили собственный магазин модной одежды. Проведя анализ своей аудитории, Вам стало понятно, что большая часть покупателей ищет Ваш бренд в Telegram. Как Вы будете искать упоминания Вашего бренда на платформе?:
  - Буду использовать локальный сервис, который позволит найти точные упоминания бренда в Telegram**
  - Подпишусь на все доступные каналы посвященные моде, одежде и буду искать негатив там

- Буду использовать мониторинговую систему в максимальной комплектации, для поиска негатива в любых источниках
- Попрошу клиентов не писать негатив на платформе, если покупателю что то не нравится, это его проблемы

4. Вы сотрудник поддержки крупного бренда, который занимается сферой общественного питания. Недовольный пользователь оставил Вам сообщение следующего содержания: "В Вашей сети мне приготовили какую то гадость, я больше никогда к вам не приду, все было холодным, завяленным, невкусным". Какой ответ Вы дадите пользователю на его негатив?:

- Добрый день, мне кажется холодный и завяленный, это Вы! Больше Вас в наших заведениях не ждем
- Здравствуйте, просьба в случае жалобы, отправить на письмо с заполненными ФИО, домашним адресом, контактным номером и личной электронной почтой. Жалоба будет рассмотрена, о итогах Вам сообщат.
- Удалю негативный комментарий, другие пользователи не должны видеть такой негатив
- **Здравствуйте, очень жаль, что Вы оказались в такой ситуации. Приносим свои извинения за доставленные неудобства. Чтобы такая ситуация не повторилась, можете описать ситуацию более подробно? Будем ждать от Вас сообщения в ЛС нашего сообщества.**

5. Вы сотрудник поддержки крупного бренда, который занимается финансовыми продуктами. Пользователь оставил Вам сообщение следующего содержания: "Сотрудники отделения на Ленина, самые хорошие люди! Помогли быстро решить мне все вопросы, Вы супер! Спасибо!" Какой ответ Вы дадите пользователю на его отзыв?:

- Отвечу лаконично - Спасибо!
- **Отвечу более развернуто - Большое спасибо, что положительно оценили нашу работу! Всегда рады Вам помочь, приходите к нам снова!**
- К сожалению придется удалить комментарий, так как он нарушает законодательство о личных данных
- Ответ давать не следует, так как это не негатив и проблема клиента успешно решена
- Напишу ответ в умеренном стиле, что бы клиент понял, что мы серьезная организация - Спасибо, в будущем постараитесь решить Ваши проблемы на сайте или в мобильном приложении, наши сотрудники деловые профессиональные люди, они не смогут всегда решать Ваши вопросы.

#### **Итоговая аттестация по результатам обучения**

Форма итоговой аттестации	Зачет (по совокупности выполненных теста № 1 и практических работ №№ 1-4).
Требования к итоговой	Выполнение практических работ №№1-4 в соответствии с требованиями,

аттестации	написание тестирования № 1 на проходной балл
Критерии оценивания	Слушатель считается аттестованным при положительном оценивании всех практических работ и тестирования.
Оценка	Зачтено/не зачтено

## 6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

Список рекомендуемой литературы:

### 6.1. Нормативные правовые акты:

1. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993) (с учетом поправок и изменений, одобренных в ходе общероссийского голосования 01.07.2020) - [Электронный ресурс].- Режим доступа: Консультант Плюс;
2. Федеральный закон «Об образовании в Российской Федерации» от 29.12.2012 N 273-ФЗ ст 37 (ред. от 31.07.2020) - [Электронный ресурс]. - Режим доступа: Консультант Плюс;
3. Российская Федерация. Законы. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 № 51-ФЗ (ред. от 18.07.2019) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.10.2019)

### 6.2. Основная литература:

- 1) Управление репутацией бренда [Электронный ресурс]: учебник / А. С. Филонова. – Электрон, текстовые дан. (4,0 Мб). – СПб.: Наукомкие технологии, 2025. – 113 с. – 1 электрон., <https://publishing.intelgr.com/archive/Upravlenie-reputatsiei-brenda.pdf>
- 2) Виталий Шендрик. Управление репутацией: стратегии, инструменты - ООО "Издательские решения", 2024. -96с. <https://books.yandex.ru/books/Wd23P1eu>
- 3) Сальникова, Л. С. Репутационный менеджмент. Современные подходы и технологии : учебник для вузов / Л. С. Сальникова. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 313 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14592-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510833>
- 4) Евгений Куранов «Управление репутацией: пошаговое руководство» - Создано в интеллектуальной издательской системе Ridero, 2023 <https://www.litres.ru/book/evgeniy-kuranov/upravlenie-reputacieiye-poshagovoe-rukovodstvo-67171513/chitat-onlayn/>

### 6.3. Дополнительные источники:

- 1) Кравцова Е. Д. Управление репутацией в интернете. Вестник науки и образования, 2019. <https://cyberleninka.ru/article/n/upravlenie-reputatsiey-v-internete>
- 2) Кудряшов В. С. Управление репутацией организации: теоретические и прикладные аспекты. Текст научной статьи. «Экономика и бизнес», 2018. <https://cyberleninka.ru/article/n/upravlenie-reputatsiey-organizatsii-teoreticheskie-i-prikladnye-aspekyt/viewer>
- 3) Громова О. Н., Шала Е. Технология управления репутацией виртуальной организации. Текст научной статьи. «Экономика и бизнес», 2014.

<https://cyberleninka.ru/article/n/tehnologiya-upravleniya-reputatsiey-virtualnoy-organizatsii>

4) Алина Драгун. Управление репутацией в интернете: инструменты и кейсы. Блог Brand Analytics, 2023.

<https://brandanalytics.ru/blog/online-reputation-management>

#### 6.4. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения программы:

№№	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	Образовательная платформа Юрайт	Электронно-библиотечная система для ВУЗов, ССУЗов, обеспечивающая доступ к учебникам, учебной и методической литературе по различным дисциплинам.	<a href="https://urait.ru/">https://urait.ru/</a>
2.	Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru	Крупнейший российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования, содержащий рефераты и полные тексты более 34 млн научных публикаций и патентов	<a href="http://elibrary.ru/">http://elibrary.ru/</a>
3.	Научная электронная библиотека «КиберЛенинка»	Научная электронная библиотека, построенная на парадигме открытой науки (Open Science), основными задачами которой является популяризация науки и научной деятельности, общественный контроль качества научных публикаций, развитие междисциплинарных исследований, современного института научной рецензии, повышение цитируемости российской науки	<a href="https://cyberleninka.ru/">https://cyberleninka.ru/</a>
4.	Marketing tech	сервисы для управления репутацией (ORM, SERM), для мониторинга упоминаний бренда	<a href="https://marketing-tech.ru/online-services_tags/reputation/">https://marketing-tech.ru/online-services_tags/reputation/</a>

#### 6.5. Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы:

1. Список чек-листов по алгоритмам управления репутацией.

[https://mbacio.ru/sites/default/files/osnovy\\_upravleniya\\_reputaciey\\_chek\\_list.pdf](https://mbacio.ru/sites/default/files/osnovy_upravleniya_reputaciey_chek_list.pdf)

2. Сервис для мониторинг соцсетей, отзывиков, маркетплейсов, СМИ (бесплатный инструмент) Babkee (Бабки) — система мониторинга упоминаний в социальных медиа <https://www.babkee.ru/>

3. Профессиональные сервисы мониторинга:

a. <https://brandanalytics.ru/>

b. Мониторинг СМИ и соцсетей <https://www.mlg.ru/>

### 7. ОРГАНИЗАЦИОННО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ

#### 7.1. Материально-технические условия реализации Программы

Занятия по программе проводятся с использованием дистанционных образовательных технологий. Каждый обучающийся обеспечен доступом к образовательной платформе: Геткурс, расположенную в сети Интернет по адресу <https://getcourse.ru/>

Материально-техническое оснащение обучающегося должно включать в себя ПЭВМ под управлением операционной системы Microsoft Windows, Linux либо MacOS с установленным веб-браузером (Google Chrome/Mozilla Firefox/Safari/Yandex). ПЭВМ используются в целях: просмотра видеолекций преподавателей; демонстрации слайдов презентаций для пояснения материала, изучаемого в ходе лекционных и практических занятий; в целях ознакомления с электронными курсами, учебниками, учебными пособиями; выполнения практических заданий и осуществления входного, и итогового контроля знаний обучающихся посредством электронной базы заданий.

## **7.2. Учебно-методическое обеспечение Программы:**

Образовательный процесс осуществляется на основании учебного плана и регламентируется расписанием занятий для индивидуального асинхронного формата обучения.

Образовательная деятельность обучающихся предусматривает следующие виды учебных занятий и учебных работ: лекции в формате предзаписанных видеоуроков, самостоятельную работу студентов (выполнение практических заданий), консультации, и другие виды учебных работ, определенные учебным планом.

Лекции проводятся с применением дистанционных образовательных технологий в формате предзаписанных видеоуроков, размещенных на платформе GetCourse. В ходе лекций рассматриваются темы представленных разделов, даются рекомендации для самостоятельной работы обучающихся.

В ходе самостоятельной работы студентов над выполнением практических заданий углубляются и закрепляются знания обучающихся по ряду рассмотренных на лекциях вопросов, развиваются навыки целеполагания и оценки полученных результатов в деятельности.

В ходе выполнения практических заданий каждый обучающийся должен:

- изучить рекомендованную учебную литературу;
- изучить дополнительные материалы по теме;
- подготовить вопросы по изучаемой теме.

В процессе выполнения домашних заданий обучающиеся могут воспользоваться консультациями эксперта.

Видеоуроки по программе размещены на платформе Геткурс в личном кабинете. Взаимодействие со обучающимся и обратная связь для консультаций и ответов на вопросы по выполненным домашним заданиям реализуется через платформу для онлайн-курсов Геткурс.

Вопросы, не рассмотренные на лекциях и практических занятиях, должны быть изучены обучающимся и в ходе самостоятельной работы. Контроль самостоятельной работы обучающихся осуществляется в ходе работы обучающегося с экспертом в режиме консультаций. В ходе самостоятельной работы каждый обучающийся обязан прочитать основную и по возможности дополнительную литературу по изучаемой теме, дополнить конспекты выписками из рекомендованных первоисточников. Выделить непонятные термины, найти их значение в энциклопедических словарях.

Для подготовки к занятиям и текущему контролю обучающиеся могут воспользоваться электронно-библиотечными системами.

Условия для функционирования электронной информационно-образовательной среды (при реализации программ с использованием дистанционных образовательных технологий): компьютеры, программное обеспечение обучающихся.

Каждый обучающийся обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к материалам курса, которые находятся в личном кабинете на образовательной платформе на основании прямых договоров с правообладателями. Электронно-библиотечная система обеспечивает возможность индивидуального доступа для каждого обучающегося из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет.

Образовательный процесс осуществляется на русском языке.

### **7.3. Кадровые условия реализации Программы.**

К реализации программы привлекаются эксперты, имеющие практический опыт работы в соответствующем виде профессиональной деятельности более трех лет и постоянно повышающие уровень профессионального мастерства.

**Учебный план**  
**дополнительной профессиональной программы - программы повышения квалификации**  
**«Управление репутацией компании»**

№	Модули, темы	Всего, ак. часов	ВидеоДроуки, ак. часов	Самостоятельная работа, ак. часов	Форма аттестации
1.	Урок 1. Вводный урок.	0,03	0,03	-	без оценки
2.	Урок 2. Изучение рекомендуемой литературы.	0,5	-	0,5	без оценки
3.	Урок 3. Анализ поискового спроса / поисковой выдачи.	3,16	0,16	3	Практическая работа №1, зачет
4.	Урок 4. Формирование поисковой выдачи: особенности работы с социальными медиа	3,1	0,1	3	Практическая работа №2, зачет
5.	Урок 5. Работа с отзовиками и геосервисами.	3,32	0,32	3	Практическая работа №3, зачет
6.	Урок 6. Взаимодействие со СМИ и тематическими площадками.	3,17	0,17	3	Практическая работа №4, зачет
7.	Урок 7. Мониторинг инфополя.	2,28	0,28	2	Тестирование №1, зачет
8.	Урок 8. Итоговая аттестация.	0,5	-	0,5	зачет/ незачет
	<b>Всего по программе</b>	<b>16,06</b>	<b>1,06</b>	<b>15</b>	

**Рекомендуемый календарный учебный график**  
**дополнительной профессиональной программы - программы повышения квалификации**  
**«Управление репутацией компании»**

№	Модули, темы	ДНИ ОБУЧЕНИЯ														
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
1.	Урок 1. Вводный урок.	0,03														
2.	Урок 2. Изучение рекомендуемой литературы.	0,5														
3.	Урок 3. Анализ поискового спроса / поисковой выдачи.			3,16												
4.	Урок 4. Формирование поисковой выдачи: особенности работы с социальными медиа					3,1										
5.	Урок 5. Работа с отзывиками и геосервисами.								3,32							
6.	Урок 6. Взаимодействие со СМИ и тематическими площадками.										3,17					
7.	Урок 7. Мониторинг инфополя.												2,28			
8.	Урок 8. Итоговая аттестация															0,5
	<b>Всего по программе</b>	0,53		3,16		3,1			3,32		3,17		2,28			0,5