

Автономная некоммерческая организация  
**«ИНСТИТУТ ПРИКЛАДНОГО АНАЛИЗА ПОВЕДЕНИЯ  
И ПСИХОЛОГО-СОЦИАЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ»**



**УТВЕРЖДАЮ**  
Генеральный директор

\_\_\_\_\_ М.В.Оларь

« 5 » \_\_\_\_\_ 2019 г.

**Дополнительная профессиональная программа  
(повышение квалификации)  
Управление репутацией образовательной организации в сети Интернет  
(наименование программы)**

Автор (ы) курса:  
**Макаровский Д. А.**  
к.ф.н., психолог, консультант

**Оларь М.В.**  
практический психолог

Москва – 2019

## Раздел 1. Характеристика программы

### 1.1. Цель реализации программы

Совершенствование профессиональных компетенций слушателей в области управления репутацией образовательной организации в сети Интернет.

### Совершенствуемые компетенции

№	Компетенция	Направление подготовки 44.04.01 Педагогическое образование
		Квалификация: Магистратура
		Код компетенции
1.	Способен осуществлять и оптимизировать профессиональную деятельность в соответствии с нормативными правовыми актами в сфере образования и нормами профессиональной этики	ОПК-1
2.	Способен планировать и организовывать взаимодействия участников образовательных отношений	ОПК-7

### 1.2. Планируемые результаты обучения

№	Знать – уметь	Направление подготовки 44.04.01 Педагогическое образование
		Квалификация Магистратура
		Код компетенции
1.	<b>Знать:</b> 1. Понятие репутации образовательной организации. 2. Основные типы репутации. 3. Алгоритм разработки памятки (для коллег), раскрывающей основные типы репутации образовательного учреждения. <b>Уметь:</b> 1. Разрабатывать памятку (для коллег), раскрывающую основные типы репутации образовательного учреждения.	ОПК-1
		ОПК-7
2.	<b>Знать:</b> 1. Связь репутации образовательной организации и сети Интернет: улучшение, ухудшение или разрушение репутации в сети Интернет. 2. Понятие целевой аудитории, внешняя и внутренняя целевые аудитории образовательной организации 3. Алгоритм разработки стратегии отбора целевой аудитории для управления репутацией образовательной организации слушателя. <b>Уметь:</b>	ОПК-7

	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Анализировать конкретные случаи улучшения, ухудшения или разрушения репутации образовательной организации с использованием социальных сетей и других медиа ресурсов (ситуации предлагают педагог и сами слушатели).</li> <li>2. Разрабатывать стратегию отбора целевой аудитории для управления репутацией образовательной организации слушателя.</li> </ol>	
3.	<p><b>Знать:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Работу в сети Интернет, в том числе и в социальных сетях по управлению репутацией образовательной организации.</li> <li>2. Планирование командной работы, распределение ролей участников кампании по управлению репутацией образовательной организацией в сети Интернет; роль руководителя организации.</li> <li>3. «За» и «против» участия в команде старшекласников.</li> <li>4. Алгоритм разработки стратегии участия (руководства) руководителя образовательной организации (для коллег) в работе команды по управлению репутацией образовательной организации</li> </ol> <p><b>Уметь:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Анализировать положительные и отрицательные стороны привлечения школьников (старшекласников) для участия в команде по управлению репутацией образовательной организации в сети Интернет.</li> <li>2. Разрабатывать стратегию участия (руководства) руководителя образовательной организации (для коллег) в работе команды по управлению репутацией образовательной организации.</li> </ol>	<p>ОПК-1</p> <p>ОПК-7</p>
4.	<p><b>Знать:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Управление репутацией образовательной организации с помощью ее сайта.</li> <li>2. Способы и методы создания оптимального онлайн-профиля образовательной организации.</li> <li>3. Требования к качеству материалов сайта и его оформлению, как влияющих на репутацию образовательной организации</li> <li>4. Алгоритм разработки стратегии создания онлайн-профиля образовательной организации слушателя для улучшения ее репутации</li> </ol> <p><b>Уметь:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Анализировать сайт образовательной организации слушателя с целью выявления материалов, способствующих (или не способствующих) повышению репутации образовательного учреждения.</li> <li>2. Разрабатывать стратегию создания онлайн-</li> </ol>	<p>ОПК-1</p> <p>ОПК-7</p>

	профиля образовательной организации слушателя для улучшения ее репутации	
5.	<p><b>Знать:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Репутационные риски образовательной организации.</li> <li>2. Использование факт-чекинга для купирования репутационных рисков образовательной организации.</li> <li>3. Алгоритм разработки стратегии использования факт-чекинга для купирования репутационных рисков образовательной организации</li> </ol> <p><b>Уметь:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Разрабатывать стратегию использования факт-чекинга для купирования репутационных рисков образовательной организации.</li> <li>2. Анализировать репутационные риски в Интернете образовательной организации слушателя.</li> </ol>	<p>ОПК-1</p> <p>ОПК-7</p>
6.	<p><b>Знать:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Типовые ошибки репутационного менеджмента образовательных организаций в сети Интернет, обостряющие репутационные риски.</li> <li>2. Алгоритм разработки памятки (для коллег) для успешного избегания ошибок репутационного менеджмента в сети Интернет</li> </ol> <p><b>Уметь:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Разработка памятки (для коллег) для успешного избегания ошибок репутационного менеджмента в сети Интернет.</li> </ol>	<p>ОПК-7</p>
7.	<p><b>Знать:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Понятие «репутационного контроля».</li> <li>2. Технологии репутационного контроля образовательной организации в социальных сетях и других медиа ресурсах системы «Интернет».</li> <li>3. Алгоритм использования технического средства SERM для осуществления репутационного контроля в социальных сетях и других медиа ресурсах сети Интернет.</li> </ol> <p><b>Уметь:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Контролировать репутацию образовательной организации с помощью технического средства SERM (в процессе деловой игры).</li> </ol>	<p>ОПК-1</p>
8.	<p><b>Знать:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Технологии коррекции репутации образовательной организации в социальных сетях и других медиа ресурсах сети Интернет.</li> <li>2. Алгоритм использования масслайкинга и технологии вывода в ТОП для коррекции репутации образовательной организации.</li> </ol> <p><b>Уметь:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Корректировать репутацию с помощью</li> </ol>	<p>ОПК-1</p>

	масслайкинга и технологии вывода в ТОП (в процессе деловой игры).	
9.	<p><b>Знать:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Особенности формирования и управления репутацией <b>негосударственной</b> образовательной организации в сети Интернет; особенности репутационных рисков негосударственных образовательных организаций.</li> <li>2. Необходимость расширения целевой аудитории: потенциальные партнеры, инвесторы и спонсоры.</li> <li>3. Зависимость «выживания» негосударственной образовательной организации от сформированной репутации, и ее грамотного отслеживания и сопровождения.</li> <li>4. Алгоритм разработки памятки (для коллег) по всему комплексу репутационных рисков негосударственной образовательной организации</li> </ol> <p><b>Уметь:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Разрабатывать памятку (для коллег) по всему комплексу репутационных рисков негосударственной образовательной организации</li> </ol>	<p>ОПК-1</p> <p>ОПК-7</p>

**1.3. Категория обучающихся:** уровень образования – высшее образование, область профессиональной деятельности – общее образование.

**1.4. Форма обучения:** очная.

**1.5. Режим занятий:**

Программа повышения квалификации может реализоваться по мере формирования групп.

В зависимости от требований заказчика занятия могут проходить:

- 6 часов в день/ ежедневно/ 2 недели/без отрыва от работы;
- 6 часов в день/2-3 раза в неделю/ 1,5 месяца/без отрыва от работы;
- 6 часов в день/1 раз в неделю/ 2,5 месяца/без отрыва от работы.

Может быть предусмотрен индивидуальный учебный график в соответствии с договором.

По две пары (4 академических часа) в вечернее время в будни или три пары (6 академических часов) в дневное время в выходные.

**1.6. Трудоемкость программы:** 72 часа.

**Раздел 2. Содержание программы**  
**2.1. Учебный (тематический) план**

№ темы	Наименование разделов (модулей) и тем	Аудиторные учебные занятия, учебные работы			Внеаудиторна я работа	Формы контроля	Трудоемк ос
		Всего ауд., час	Лекции	Практические занятия			
<b>1</b>	<b>Базовая часть</b>						
1.1	Понятие репутации образовательной организации	2	2	-	2	разработка 1	4
<b>2</b>	<b>Профильная часть (предметно-методическая)</b>						
2.1	Интернет и репутация образовательной организации. Понятие целевой аудитории.	10	2	8	-	разработка 2	10
2.2	Планирование и управление информационной кампанией образовательной организации в сети Интернет	6	2	4	2	разработка 3	8
2.3	Управление репутацией образовательной организации с помощью ее сайта.	8	2	6	2	разработка 4	10
2.4	Основные репутационные риски образовательной организации, связанные с сетью Интернет.	12	4	8	2	разработка 5,6	14
2.5	Актуальные технологии репутационного контроля и коррекции имиджа образовательной организации в сети Интернет.	16	4	12	-	деловые игры 1,2	16
2.6	Управление репутацией негосударственной образовательной организации в сети Интернет.	4	2	2	2	разработка 7	6
<b>3.</b>	<b>Итоговая аттестация</b>	<b>4</b>		<b>4</b>		<b>Зачет</b>	<b>4</b>
	<b>Итого:</b>	62	18	44	10	Зачет	72

**2.2. Учебная программа**

№ п/п	Виды учебных занятий, учебных работ	Содержание
<b>Раздел 1. Базовая часть</b>		
Тема 1.1. Понятие репутации образовательной	<i>Лекция (2 час.)</i>	Репутация - сложившееся или складывающееся у окружающей среды мнение об организации. Репутация образовательной организации. Имидж

организации		<p>и репутация. Репутация - итог построения имиджа учебной организации. Основные типы репутации. Положительная и отрицательная репутация. Репутация — приобретенная организацией общественная оценка ее качеств и является результатом реальных действий и фактов. Репутация образовательной организации – особый нематериальный актив, способный привлечь учащихся, а также вывести в лидирующие позиции учебное заведение среди аналогов</p> <p>Алгоритм разработки памятки (для коллег), раскрывающей основные типы репутации образовательного учреждения.</p>
	<i>Самостоятельная работа (2 час)</i>	<p>Разработка памятки (для коллег), раскрывающей основные типы репутации образовательного учреждения.</p> <p>(с использованием источников из «основной литературы» №1 и № 4).</p> <p>(разработка 1)</p>
<b>Раздел 2. Профильная часть (предметно-методическая)</b>		
<p>Тема 2.1 Интернет и репутация образовательной организации. Понятие целевой аудитории.</p>	<p><i>Лекция (2 час.)</i></p>	<p>Публикация в интернете - улучшение, ухудшение или разрушение репутации образовательной организации. Принципы и технологии информационного воздействия в интернете. Принципы и типовые маршруты распространения информации в сети Интернет. Сетевая популярность и репутация. Оценки, мнения, отношения к конкретной образовательной организации, опубликованные в сети «интернет» целевой аудиторией – основа для формирования различных типов репутации. Целевая аудитория: внешняя целевая аудитория – родители (все), потенциальные ученики, органы управления образованием; внутренняя целевая аудитория – учащиеся образовательной организации, родителей этих учеников и специалисты, работающие в ней.</p> <p>Алгоритм разработки стратегии отбора целевой аудитории для управления репутацией образовательной организации слушателя</p>
	<i>Практическое занятие (4час.)</i>	<p>Работа в малых группах.</p> <p>Анализ конкретных случаев улучшения, ухудшения или разрушения репутации образовательной организации с использованием социальных сетей и других медиа ресурсов (ситуации предлагают педагог и сами слушатели).</p>

	<i>Практическое занятие (4 час.)</i>	Индивидуальная работа с последующим обсуждением в группе: Разработка стратегии отбора целевой аудитории для управления репутацией образовательной организации слушателя. (разработка 2)
Тема 2.2 Планирование и управление информационной кампанией образовательной организации в сети Интернет	<i>Лекция (2 час.)</i>	Работа в сети Интернет, в том числе и в социальных сетях по управлению репутацией образовательной организации. Планирование командной работы, распределение ролей участников кампании по управлению репутацией образовательной организацией в сети Интернет. Роль руководителя организации. Компетентность специалистов, включенных в команду. Участие в команде старшеклассников – «за» и «против». Алгоритм разработки стратегии участия (руководства) руководителя образовательной организации в работе команды по управлению репутацией образовательной организации.
	<i>Практическое занятие (4 час.)</i>	Работа в малых группах: Анализ положительных и отрицательных сторон привлечения школьников для участия в команде по управлению репутацией образовательной организации в сети Интернет.
	<i>Самостоятельная работа (2 час.)</i>	Разработка стратегии участия (руководства) руководителя образовательной организации в работе команды по управлению репутацией образовательной организации (с использованием источника из «основной литературы» №1) (разработка 3)
Тема 2.3 Управление репутацией образовательной организации с помощью ее сайта.	<i>Лекция (2 час.)</i>	Сайт образовательной организации, и ее репутация. Значение той или иной информации, размещенной на сайте для репутации образовательной организации. Способы и методы создания оптимального, если не идеального, онлайн-профиля образовательной организации. Отбор онлайн-контента с сайта образовательной организации для направления его на новостные ленты и блоги. Требования к качеству материалов сайта и его оформлению, как влияющих на репутацию образовательной организации. Алгоритм разработки стратегии создания онлайн-профиля образовательной организации слушателя для улучшения ее репутации.
	<i>Практическое занятие (6 час.)</i>	Индивидуальная работа с последующим обсуждением в группе. Анализ сайта образовательной организации слушателя с целью выявления материалов, способствующих (или не способствующих) повышению репутации образовательного учреждения.

	<i>Самостоятельная работа (2 час.)</i>	Разработка стратегии создания онлайн-профиля образовательной организации слушателя для улучшения ее репутации. (с использованием источника из «дополнительной литературы» № 5). (разработка 4)
Тема 2.4 Основные репутационные риски образовательной организации, связанные с сетью Интернет.	<i>Лекция (2 час.)</i>	Понятие репутационных рисков. Репутационные риски образовательной организации. Риски, связанные с неправильным поведением педагогов данной образовательной организации, ее учащихся в сети. Социальная и коммуникационная структура виртуальных сообществ. Риски, связанные с «вынесением сора из избы»: информационные утечки в сеть о негативных событиях, происшедших в образовательной организации (ученики, их родители, педагоги). Риски, связанные с переносом отрицательной информации в сети о другой образовательной организации на вашу организацию. Использование факт-чекинга для купирования репутационных рисков образовательной организации. Алгоритм разработки стратегии использования факт-чекинга для купирования репутационных рисков образовательной организации.
	<i>Практическое занятие (4 часа)</i>	Работа в малых группах с последующим общим обсуждением . Разработка стратегии использования факт-чекинга для купирования репутационных рисков образовательной организации. (разработка 5)
	<i>Лекция (2 час.)</i>	Типовые ошибки репутационного менеджмента образовательных организаций в сети Интернет, обостряющие репутационные риски: Ошибка 1. Намеренное сокрытие возникшей проблемы, преуменьшение последствий или полное отрицание причастности организации или ее членов к происшествию (последствия для репутации будут хуже, чем при признании неприятного факта). Ошибка 2. Усиленная работа с внешними целевыми аудиториями и полное отсутствие заботы о репутации внутри самой образовательной организации . Ошибка 3. Непропорциональное распределение внимания между участниками образовательного процесса. Большое количество руководителей образовательных организаций рассматривает фактор репутации только при налаживании коммуникаций с

		<p>руководством образования, с администрацией города или района. Это, в корне неправильный подход, так как он не рассчитан на перспективу. При ориентации только на один фактор формирования репутации, ее снижение или крах неизбежны.</p> <p>Алгоритм разработки памятки (для коллег) для успешного избегания ошибок репутационного менеджмента в сети Интернет.</p>
	<i>Практическое занятие (4 часа)</i>	<p>Работа в малых группах.</p> <p>Разработка памятки (для коллег) для успешного избегания ошибок репутационного менеджмента в сети Интернет.</p> <p>(разработка 6)</p>
	<i>Самостоятельная работа 2 час.)</i>	<p>Анализ репутационных рисков в интернете образовательной организации слушателя.</p> <p>(с использованием источника из «основной литературы» №4).</p>
<p>Тема 2.5</p> <p>Актуальные технологии репутационного контроля и коррекции имиджа образовательной организации в сети Интернет.</p>	<i>Лекция (4 часа)</i>	<p>Понятие «репутационного контроля».</p> <p>Технологии репутационного контроля и коррекции репутации образовательной организации в социальных сетях и других медиа ресурсах сети «Интернет».</p> <p>Технические средства SERM</p> <p>Технологии SORM</p> <p>Масслайкинг</p> <p>Технологии вывода в ТОП в сети Интернет</p>
	<i>Практическое занятие (6 час.)</i>	<p>Работа в малых группах с последующим общим обсуждением.</p> <p>Деловая игра «Контролируем репутацию образовательной организации с помощью технического средства SERM».</p> <p>(деловая игра 1)</p>
	<i>Практическое занятие 6 час.)</i>	<p>Работа в малых группах с последующим общим обсуждением.</p> <p>Деловая игра «Корректируем репутацию образовательной организации с помощью масслайкинга и технологии вывода в ТОП»</p> <p>(деловая игра 2)</p>
<p>Тема 2.6</p> <p>Управление репутацией негосударственной образовательной организации в сети Интернет.</p>	<i>Лекция (2 час.)</i>	<p>Особенности формирования и управления репутацией негосударственной образовательной организации. Расширение целевой аудитории: потенциальные партнеры, инвесторы и спонсоры. Самопрезентация образовательной организации, спектра своих услуг и достижений в сети Интернет. Особенности репутационных рисков негосударственных образовательных организаций. Привлечение специалистов «со стороны» для проведения работы по созданию и управлению репутацией организации (PR-менеджеры, психологи, социальные эксперты) в социальных сетях и других медиа-ресурсах сети</p>

		Интернет. Зависимость «выживания» негосударственной образовательной организации от сформированной репутации, и ее грамотного отслеживания и сопровождения. Алгоритм разработки памятки по всему комплексу репутационных рисков негосударственной образовательной организации.
	<i>Практическое занятие (2 час.)</i>	Работа в малых группах. Разработка памятки по всему комплексу репутационных рисков <b>негосударственной образовательной организации.</b> (разработка 7)
	<i>Самостоятельная работа (2 час.)</i>	Выполнение самостоятельной итоговой работы по предложенным темам ( <b>к итоговой аттестации</b> )
3. Итоговая аттестация	<i>Зачет (4 час.)</i>	Ответ на теоретический вопрос и презентация самостоятельной итоговой работы.

### **Раздел 3. Формы аттестации и оценочные материалы**

Образовательным продуктом является презентация итоговой работы по предложенным темам на основе материала курса и собственного практического опыта, а также разработка стратегий в области создания, контроля и коррекции репутации образовательного учреждения и в сети Интернет в ходе практических и самостоятельных занятий (разработки).

#### **3.1 Формы текущего контроля.**

##### **3.1.1 Разработки:**

1. Разработка памятки (для коллег), раскрывающей основные типы репутации образовательного учреждения.
2. Разработка стратегии отбора целевой аудитории для управления репутацией образовательной организации слушателя.
3. Разработка стратегии участия (руководства) руководителя образовательной организации в работе команды по управлению репутацией образовательной организации.
4. Разработка стратегии создания онлайн-профиля образовательной организации слушателя для улучшения ее репутации.
5. Разработка стратегии использования факт-чекинга для купирования репутационных рисков образовательной организации.
6. Разработка памятки (для коллег) для успешного избегания ошибок репутационного менеджмента в сети Интернет.
7. Разработка памятки по всему комплексу репутационных рисков негосударственной образовательной организации.

##### **Требования:**

1. Соответствие содержания разработки заявленной теме (заданию).
2. Знание теоретического материала по проблеме репутации образовательной организации и использование его в разработке.

3. Соответствие разработки конкретным задачам формирования положительного репутации образовательной организации онлайн.
4. Учет при составлении разработки особенностей образовательной организации слушателя.
5. Возможность практического использования созданного продукта (разработки).

#### **Критерии оценивания:**

Наличие выполнения всех пяти требований: практическая значимость разработки; соответствие разработки теории вопроса; учет особенностей образовательной организации слушателя является показателем правильного выполнения задания. Оценка складывается из суммы баллов: каждый критерий оценивается в 1 балл. Несоответствие одному или нескольким критериям снижает оценку. Максимальная оценка – 5 баллов. При невыполнении трех требований работа считается невыполненной.

#### **3.1.2. Деловые игры.**

1. «Контролируем репутацию образовательной организации с помощью технического средства SERM».
2. «Корректируем репутацию образовательной организации с помощью масслайкинга и технологии вывода в ТОП»

#### **Требования:**

1. Активное участие в игре.
2. Точное исполнение роли в соответствии с заданием..
3. Использование в игре теоретических знаний по ее теме.
4. Использование личного опыта и (или) опыта образовательной организации.
5. Понимание возможности полученного в игре опыта для практического использования.

#### **Критерии оценивания:**

Наличие выполнения всех пяти требований: активное участие, точное исполнение роли, использование личного опыта и т.д. является показателем правильного выполнения задания. Оценка складывается из суммы баллов: каждый критерий оценивается в 1 балл. Несоответствие одному или нескольким критерием снижает оценку. Максимальная оценка – 5 баллов. При невыполнении трех требований работа считается невыполненной.

#### **3.2. Итоговая аттестация:**

Итоговая аттестация проходит в форме зачета. Результаты практических занятий учитываются на зачете: выполнение всех разработок и участие в деловых играх, оцененные в 5 баллов, являются дополнительным бонусом. **При невыполнении двух форм текущего контроля (разработок, участие в деловых играх), слушатель не допускается к зачету.** По результатам итоговой

аттестации выставляется «зачет». Зачет включает в себя ответ на теоретический вопрос и презентацию работы по заданной теме, которая выполняется слушателем с использованием материала курса, выполненных разработок и личного опыта.

### **3.2.1. Итоговая работа.**

#### **Примерные темы итоговых работ:**

1. Репутация образовательной организации – особый нематериальный актив, способный привлечь учащихся, а также вывести в лидирующие позиции учебное заведение среди аналогов (на примере вашей образовательной организации).
2. Публикация в интернете - улучшение, ухудшение или разрушение репутации образовательной организации (на примере вашей образовательной организации).
3. Анализ внешней и внутренней целевой аудитории вашей образовательной организации.
4. Работа в сети Интернет, в том числе и в социальных сетях по управлению репутацией образовательной организации (на примере вашей образовательной организации).
5. Отбор онлайн-контента с сайта образовательной организации для направления его на новостные ленты и блоги (на примере вашей образовательной организации).
6. Репутационные риски вашей образовательной организации в сети Интернет.
7. Ошибки репутационного менеджмента вашей образовательной организации в сети Интернет.

#### **Требования к итоговой работе:**

1. Соответствие содержания заявленной теме работы.
2. Использование изученного материала курса, выполненных разработок.
3. Использование собственного опыта и опыта образовательной организации.
4. Анализ успехов и неудач образовательной организации слушателя в создании и управлении ее репутацией, определение направления работы по совершенствованию репутации.
5. Аргументированная, осмысленная презентация работы.

#### **Критерии оценивания:**

Каждое требование оценивается следующим образом: 0 баллов — не учитывается; 1 балл — выполнено частично; 2 балла — выполнено полностью. Презентация работы считается успешной, если слушатель набрал 8 и более баллов.

### **3.2.2. Оценочные материалы (вопросы к зачету):**

1. Понятие «репутация». Репутация образовательной организации.
2. Основные типы репутации.
3. Принципы и технологии информационного воздействия в интернете.

4. Сетевая популярность и репутация.
5. Целевая аудитория: внешняя целевая аудитория и внутренняя целевая аудитория образовательной организации в сети Интернет.
6. Планирование командной работы, распределение ролей участников кампании по управлению репутацией образовательной организацией в сети Интернет.
7. Способы и методы создания оптимального онлайн-профиля образовательной организации.
8. Отбор онлайн-контента с сайта образовательной организации для направления его на новостные ленты и блоги.
9. Требования к качеству материалов сайта и его оформлению, как влияющих на репутацию образовательной организации
10. Понятие репутационных рисков.
11. Репутационные риски образовательной организации в сети Интернет.
12. Использование факт-чекинга для купирования репутационных рисков образовательной организации.
13. Типовые ошибки репутационного менеджмента образовательных организаций в сети Интернет, обостряющие репутационные риски
14. Понятие «репутационного контроля».
15. Технологии репутационного контроля и коррекции репутации образовательной организации в социальных сетях и других медиа ресурсах системы «Интернет».
16. Контроль репутации образовательной организации в Интернете с помощью технического средства SERM.
17. Масслайкинг и технологии вывода в ТОП.
18. Особенности формирования и управления репутацией негосударственной образовательной организации.
19. Особенности репутационных рисков негосударственных образовательных организаций.
20. Зависимость «выживания» негосударственной образовательной организации от сформированной репутации, и ее грамотного отслеживания и сопровождения.

### **Оценивание слушателя на зачете.**

Ответ слушателя на зачете оценивается оценками «зачтено» (свидетельствует об успешном прохождении зачета), «не зачтено» (свидетельствует о неуспешном прохождении зачета).

Оценка зачета	Требования к знаниям и критерии выставления оценок
Зачтено	Слушатель при ответе демонстрирует знание содержания предложенного вопроса в частности и дисциплины в целом, владеет основными понятиями программы, знает особенности ее предмета, имеет представление об его особенностях и специфике, выполнил и представил работу, отвечающую предъявленным в программе требованиям.

<i>Не зачтено</i>	Слушатель при ответе демонстрирует плохое знание значительной части основного материала программы. Не информирован или слабо разбирается в проблемах, или не в состоянии наметить пути их решения, выполнил работу с нарушением предъявленных в программе требований (набрал меньше 8 баллов) или не выполнил работу вовсе.
-------------------	---

## **Раздел 4. Организационно-педагогические условия реализации программы**

### **4.1. Учебно-методическое обеспечение и информационное обеспечение программы**

#### *Основная литература*

1. Аликперов И. Формирование имиджа образовательного учреждения: западный и российский варианты / И. Аликперов // Международные отношения в развитии социально-экономических процессов в странах СНГ : материалы междунар. науч.-практ. конф. 14-15 июня 2001 г. Омск. - Омск, 2001. - с.117- 123.
2. Николаева М.А. Управление репутацией компании в сети / М.А. Николаева // Вестник социально-гуманитарного образования и науки. – Екатеринбург: издательство Уральского государственного педагогического университета, 2015. – с.24-29
3. Сидорин, Д. Управление репутацией в интернете / Д. Сидорин, Н. Прохоров. – М.: Синергия, 2017. – 174 с.
4. Ячменева, В.М., Ячменев Е.Ф. Репутация, репутационные риски и репутационная ответственность образовательных учреждений / В.М. Ячменева, Е.Ф. Ячменев. – Симферополь: Издательство Крымского федерального университета им. В.И. Вернадского, 2017. – 116 с.

#### *Дополнительная литература*

1. Банк В. Р. Оценка и учет деловой репутации организации / В. Р. Банк, О. Н. Ковалева // Аудиторские ведомости. 2004. N4. С. 40-53.
2. Дулясова М. Потеря деловой репутации / М. Дулясова, Т. Ханнанова, Е. Исламгалиева // Социальная защита. 2006. N8. Прил.: с. 23-25. Начало. Окончание: N 12. С. 18-20 (Безопасность и медицина труда).
3. Лаптев, А.В. Реклама и PR-технологии в управлении предприятием / А.В. Лаптев. - М. : Лаборатория книги, 2011. - 112 с.
4. Сусова Н. С. Деловая репутация как неотъемлемый элемент повышения конкурентоспособности вуза/ Н.С. Сусова. – М.: Синергия, 2016. - 472 с.
5. Томлинсон, Тодд CMS Drupal 7. Руководство по разработке системы управления веб-сайтом / Тодд Томлинсон. - М.: Вильямс, 2016. - 560 с.
6. Школин А. Как оценить деловую репутацию / А. Школин // Финанс.. 2004. N3. С. 36-39.

*Информационные справочные системы и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»*

1. Деловая репутация: [//biblioclub.ru/index.php?page=book&id=435631](http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=435631)
2. Репутационный аудит. Методические рекомендации по проведению: [http://www.raso.ru/opisanie\\_metodiki](http://www.raso.ru/opisanie_metodiki)
3. Интернет-пособие по созданию Web-сайта образовательной организации, его публикации и способах раскрутки: <http://web-book.narod.ru/>
4. Сайт школы: изнутри и снаружи: <http://ps.1september.ru/articlef.php?ID=200205411>
5. Библиотека Гумер – психология <http://www.gumer.info>
6. Научная электронная библиотека «eLibrary.ru». <http://elibrary.ru/>
7. Научная электронная библиотека «Киберленинка» <http://cyberleninka.ru/>
8. Российская государственная библиотека. Официальный сайт. <http://www.rsl.ru/>

*Организация занятий по программе*

При организации обучения по программе преподаватель должен обратить особое внимание на организацию семинарских и практических занятий и самостоятельной работы студентов, поскольку курс предполагает широкое использование интерактивных методов обучения.

При реализации программе используются следующие *интерактивные* формы проведения занятий:

- проблемная лекция,
- презентации с возможностью использования различных вспомогательных средств;
- деловая игра.

*Используемые образовательные технологии*

При реализации аудиторных занятий программы проводятся в форме лекций и практических занятий.

Лекции проводятся в интерактивной: в форме проблемного и эвристического изложения и тематических дискуссий. Семинарские занятия проводятся в виде учебной дискуссии, использования презентаций по теме изложения, анализа конкретных ситуаций, а также в интерактивной форме в виде работы в малых группах, решения заданий, направленных на выработку навыков работы с научной литературой и библиографией, справочниками, базами данных, оформления.

Активные методы обучения, используемые на практических занятиях:

- проблемное обучение
- эвристическая лекции

- деловые игры
- анализ конкретных ситуаций.

При реализации программы используются такие интерактивные формы проведения занятий как дискуссия, дебаты, проблемное обсуждение. В рамках развития интерактивных форм обучения разработаны презентации с возможностью использования различных вспомогательных средств: видео, слайдов, постеров, компьютеров и т.п. Кроме того, в процессе обучения задействована такая форма диалогового обучения, как опрос студентов на практических занятиях.

#### **4.2. Материально-технические условия реализации программы**

При реализации программы необходимо использование кабинета, оборудованного партами, стульями, доской, трибуной, информационными технологиями и программным обеспечением, в том числе по договорам аренды, практик и сетевого взаимодействия.

#### **Информационные технологии, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю)**

При осуществлении образовательного процесса применяются информационные технологии, необходимые для подготовки презентационных материалов и материалов к занятиям (компьютеры с программным обеспечением для создания и показа презентаций, с доступом в сеть «Интернет», поисковые системы и справочные, профессиональные ресурсы в сети «Интернет»).

#### **Перечень программного обеспечения (при необходимости)**

Для подготовки презентаций и их демонстрации необходима программа Impress из свободного пакета офисных приложений OpenOffice (или иной аналог с коммерческой или свободной лицензией).