

ДЕПАРТАМЕНТ ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ ГОРОДА МОСКВЫ  
Государственное автономное образовательное учреждение  
дополнительного профессионального образования города Москвы  
«МОСКОВСКИЙ ЦЕНТР РАЗВИТИЯ КАДРОВОГО ПОТЕНЦИАЛА  
ОБРАЗОВАНИЯ»

УПРАВЛЕНИЕ ПО ПОДГОТОВКЕ И ПРОФЕССИОНАЛЬНОМУ РОСТУ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ  
КАДРОВ



УТВЕРЖДАЮ  
Заместитель директора  
ГАОУ ДПО МЦРКПО  
Е.А. Григорьева

«09» «июня» 2021 г.

Дополнительная профессиональная программа  
(повышение квалификации)

Формирование и поддержка позитивного образа  
образовательной организации в сети Интернет

Разработчики курса:

Рег. номер 835  
Начальник организационного  
отдела Садчикова С.Г.

Подымова А.Н.  
Завгородняя М.Ю.

Одобрено на заседании  
управления по подготовке и  
профессиональному росту  
управленческих кадров  
Протокол № 11 от 29.04.2021

Начальник управления  
М.В. Кислицина

## Раздел 1. «Характеристика программы»

### 1.1. Цель реализации программы

**Цель реализации программы:** совершенствование профессиональных компетенций слушателей в области создания, поддержки и защиты репутации образовательной организации в сети интернет.

### 1.2. Совершенствуемые компетенции

| № | Компетенции  | Направление подготовки<br>38.03.02 Менеджмент<br>Квалификация<br>бакалавриат |
|---|--|--|
| 1 | Способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия. | ОПК-3  |

### 1.3. Планируемые результаты обучения

| №  | Знать – уметь   | Направление подготовки |
|----|---|------------------------|
|    |   | бакалавриат            |
|    |   | Код компетенции        |
| 1. | <b>Знать:</b> понятие репутации и основные составляющие репутации образовательной организации, методы формирования доверия к организации.<br><b>Уметь:</b> формулировать преимущества образовательной организации для разных целевых аудиторий, демонстрировать преимущества системы московского образования на примере отдельной школы | ОПК-3                  |
| 2. | <b>Знать:</b> принципы формирования имиджа руководителя, правила присутствия руководителя в сети<br><b>Уметь:</b> формировать образ в сети. Эффективно взаимодействовать с пользователями.  | ОПК-3                  |
| 3. | <b>Знать:</b> алгоритмы различных социальных сетей. Типы контента, приемы и методы представления достижений и событий школы в сети для разных целевых аудиторий.<br><b>Уметь:</b> формировать календарь событий и рубрикатор группы образовательной организации. Создавать и анализировать типы контента.                               | ОПК-3                  |
| 4. | <b>Знать:</b> архитектура сообщества. Роли в сообществе, амбассадоры организации. Принципы построения сообществ:<br><b>Уметь:</b> формировать и вовлекать участников сообщества. Управлять сообществом в сети интернет.   | ОПК-3                  |

|    |   |       |
|----|---|-------|
| 5. | <p><b>Знать:</b> Виды негатива, отличие негативной ситуации от кризисной. Принципы и приемы реагирования и купирования разных форматов негатива, а также система работы со СМИ в критических ситуациях и ситуациях негатива.</p> <p><b>Уметь:</b> отличать виды негативного контента, адекватно реагировать на различный негативный контент</p> | ОПК-3 |
| 6. | <p><b>Знать:</b> публичные риски школьных событий.</p> <p><b>Уметь:</b> готовить аргументы и механизмы коммуникации, формулировать алгоритмы поведения в случае кризиса и негативных ситуаций.</p>  | ОПК-3 |

**1.4. Категория обучающихся:** образование – высшее, уровень образования – ВО, руководители образовательных организаций и управленческие команды.

**1.5. Форма обучения:** очная, с применением ДОТ.

**1.6. Режим занятий** от 5 ч. до шести часов в день – 6 дней, 3 дня в неделю.

**1.7. Трудоемкость:** 36 ч.

## Раздел 2. «Содержание программы»

### 2.1. Учебный (тематический) план

| № п/п | Наименование разделов (модулей) и тем | Всего ауд, час. | Виды учебных занятий, учебных работ |                      | Формы контроля |
|-------|---------------------------------------|-----------------|-------------------------------------|----------------------|----------------|
|       |                                       |                 | Интерактивная лекция                | Практическое занятие |                |
|       |                                       |                 |                                     |                      |                |

|                       |  |           |           |           |   |
|-----------------------|--|-----------|-----------|-----------|---|
| 1.                    | Ценности московского образования.  | 2         | 2         |           | Входное тестирование в информационном пространстве курса на moodle.ru |
| 2.                    | Социальные коммуникации как фактор эффективного взаимодействия всех участников образовательных отношений | 2         | 2         |           | Входное тестирование в информационном пространстве курса на moodle.ru |
| 3.                    | Репутация образовательной организации  | 5         | 2         | 3         | Тестирование  |
| 4.                    | Репутация первого лица образовательной организации   | 5         | 2         | 3         | Практическая работа №1  |
| 5.                    | Представленность образовательной организации в сети интернет   | 6         | 2         | 4         | Практическая работа №2  |
| 6.                    | Формирование лояльных сообществ в сети интернет  | 5         | 2         | 3         | Тестирование  |
| 7.                    | Работа с негативными и кризисными ситуациями в сети интернет   | 5         | 2         | 3         | Практическая работа №3  |
| 8.                    | Профилактика негативных проявлений в сети интернет   | 5         | 2         | 3         | тестирование  |
| 9.                    | <b>Итоговая аттестация</b>   | <b>1</b>  |           | <b>1</b>  |   |
| Итоговое тестирование |  |           |           |           |   |
|                       | <b>ИТОГО</b>   | <b>36</b> | <b>16</b> | <b>20</b> |   |

## 2.2. Учебная программа

| №  | Темы  | Виды учебных занятий, учебных работ | Содержание  |
|----|---|-------------------------------------|---|
| 1. | Ценности московского образования. Блок «Коммуникации» | Самостоятельная работа, 2 часа      | Государственная программа города Москвы «Развитие образования города («Столичное образование»)». Приоритетные задачи московской системы образования. Ценностные основания системных изменений в столичном образовании. Основные механизмы повышения эффективности системы образования |

|    |  |                                |  |
|----|--|--------------------------------|--|
|    |  |                                | Москвы (Рейтинг вклада школ в качественное образование, «Надежная школа», аттестационная справка директора и др.). Городские проекты. Результаты системы образования города Москвы.  |
| 2. | Социальные коммуникации как фактор эффективного взаимодействия всех участников образовательных отношений | Самостоятельная работа, 2 часа | Принципы организации социальной коммуникации.<br>Способы передачи информации в ОО.<br>Техники и инструменты организации коммуникации в образовательной организации.<br>Построение грамотного взаимодействия участников образовательных отношений.  |
| 3. | Репутация образовательной организации  | Интерактивная лекция, 2 час    | Понятие гудвил организации.<br>Составляющие бренда и имиджа образовательной организации. Качество коммуникаций организации и ответов на запросы участников образовательного процесса. Связь бренда московской системы образования и бренда образовательной организации   |
|    |  | Практическое занятие, 3 часа   | <b>Дискуссия:</b> разбор известных брендов образовательных организаций г. Москвы.<br><b>Индивидуальная работа:</b> описание преимуществ конкретной образовательной организации и целевой аудитории<br><b>Работа в мини-группах:</b> разработка плана коммуникаций в сети под различные информационные поводы в школе в соответствии с ключевым сообщением школы.<br><b>Тестирование.</b> |
| 4. | Репутация первого лица образовательной организации   | Интерактивная лекция, 2 часа   | Формирование образа в сети.<br>Формирование экспертности в сети, коммуникации с разными целевыми аудиториями. Поддержание и развитие репутации образовательной организации через страницу в сети первого лица.   |
|    |  | Практическое занятие, 3 часа   | <b>Дискуссия.</b> Требования к имиджу первого лица образовательной организации.<br><b>Индивидуальная работа.</b> Аудит аккаунтов управленцев в сети.<br><b>Работа в мини-группах.</b> Разработка имиджа в сети в соответствии с требованиями. Демонстрация экспертности.<br><b>Практическая работа №1:</b> подготовка своей страницы, пост-представление.                                |

|    |  |                              |  |
|----|--|------------------------------|--|
| 5. | Представленность образовательной организации в сети интернет | Интерактивная лекция, 2 часа | Алгоритмы различных социальных сетей, Календарь событий, рубрикатор группы. Типы контента, приемы и методы представления достижений и событий школы в сети для разных целевых аудиторий.   |
|    |  | Практическое занятие, 4 часа | <b>Дискуссия:</b> что нравится и отталкивает в группах и на страницах образовательных организаций.<br><b>Работа в подгруппах:</b> формирование плана написания постов под ситуацию в школе в соответствии с календарем событий<br><b>Работа в группах:</b> поиск и аудит постов в сети.<br><b>Практическая работа №2:</b> создание рубрикатора и написание 2х постов на выбор для группы школы в сети интернет                                 |
| 6. | Формирование лояльных сообществ в сети интернет              | Интерактивная лекция, 2 часа | Архитектура сообщества. Роли в сообществе, амбассадоры организации. Принципы построения сообществ: формирование и вовлечение. Управление сообществом в сети интернет – комьюнити-менеджмент.   |
|    |  | Практическое занятие, 3 часа | <b>Дискуссия:</b> методы выявления потенциальных активистов сообщества.<br><b>Работа в мини-группах:</b> формирование целей для разных сообществ. Определение контента под разные управленческие задачи.<br><b>Тестирование.</b>   |
| 7. | Работа с негативными и кризисными ситуациями в сети интернет | Интерактивная лекция, 2 часа | Виды негатива, отличие негативной ситуации от кризисной. Принципы и приемы реагирования и купирования разных форматов негатива, а также система работы со СМИ в критических ситуациях и ситуациях негатива.  |
|    |  | Практическое занятие, 3 часа | <b>Индивидуальное исследование:</b> определение типа негативного контента (комментария или поста)<br><b>Работа в мини-группах:</b> выбор стратегии реагирования (кто и что должен сделать) в момент появления негативного комментария и позднее до момента, пока ситуация не будет разрешена.<br><b>Работа в группе:</b> ответы на вопросы журналистов<br><b>Практическая работа №3:</b> ответы на обращения и отзывы (предложенные тренером). |
| 8. | Профилактика негативных проявлений в сети интернет           | Интерактивная лекция, 2 часа | Публичные риски школьных событий, подготовка аргументов и механизмов коммуникации, формирование пула лидеров мнений, подготовка сотрудников  |

|    |                            |                              |  |
|----|----------------------------|------------------------------|--|
|    |                            |                              | (алгоритмы поведения в случае кризиса и негативных ситуаций).  |
|    |                            | Практическое занятие, 3 часа | <b>Дискуссия.</b> определение потенциальных кризисных ситуаций в образовательной организации<br><b>Работа в мини-группах:</b> разработка стандартов реагирования, проверка алгоритмов на ситуациях участников.<br><b>Работа в группах:</b> формирование кризисной команды под разные ситуации в организации.<br><b>Тестирование.</b> |
| 9. | <b>Итоговая аттестация</b> | 1 час.                       | <b>Итоговое тестирование</b>   |

### Раздел 3. «Формы аттестации и оценочные материалы».

#### 3.1. Входное тестирование организовано в информационном пространстве курса на платформе moodle.

Пример вопроса: *отметьте, какие именно элементы поста помогают его продвижению в сети Facebook:*

- a. Наличие видео
- b. Ссылка на сторонний ресурс
- c. Релевантный хештег
- d. Количество лайков и комментариев
- e. Эмоциональный контент

Правильный ответ – a, d, e.

#### 3.2. Требования к выполнению практических работ.

Практические работы должны соответствовать представленным на занятиях алгоритмам и критериям.

##### 3.2.1 Практическая работа №1. Подготовка своей страницы, пост-представление.

Требования к оформлению страницы: наполненность, релевантность. Требования к посту-представлению: краткость, эмоциональность, позитивность, ориентация на деятельность, экспертность, запрос обратной связи аудитории.

**Критерии оценивания:** Слушатели получают зачет, если практическая работа выполнена с учетом всех требований.

**Оценивание:** зачёт / незачёт

**3.2.2. Практическая работа №2.** Создание рубрикатора и написание 2х постов на выбор для группы школы в сети интернет. Требования к рубрикатору: включает в себя как формальные, так и неформальные сферы жизни школы, учитывает особенные периоды (каникулы, экзамены и т.п.). Пост соответствует следующим правилам: краткость, четкость, правильное оформление, отсутствие грамматических и пунктуационных ошибок, ориентация на целевую аудиторию.

**Критерии оценивания:** Слушатели получают зачет, если практическая работа выполнена с учетом всех требований.

**Оценивание:** зачёт / незачёт

**3.2.3. Практическая работа №3.** Ответы на обращения и отзывы (не менее 3х из предложенных):

- «Раньше нормальная школа была, а теперь ни рыба, ни мясо!»
- «Когда вы уже сможете выложить на сайте публичный доклад, как будто не хотите, чтобы люди знали, чем вы занимаетесь!»
- «Охрана в этой школе ведет себя безобразно, грубят, не пропускают дальше предбанника»
- «Как такое возможно в современной школе? В туалетах нет туалетной бумаги!»
- «Все школы в Москве одинаково плохие и эта не исключение!»

**Критерии оценивания:** Слушатели получают зачет, если практическая работа выполнена с учетом всех требований.

**Оценивание:** зачёт / незачёт

**3.3. Итоговая аттестация организована в форме тестирования в информационном пространстве курса на платформе moodle.**

Пример вопроса: *какие именно методы коммуникации способствуют обратной связи от сообщества*

- a. Эмоциональный контент
- b. Отчет о мероприятии
- c. Запрос на рекомендацию

- d. опрос участников сообщества
- e. новости образовательной организации

Правильный ответ – а, с, d.

### **3.3. Итоговая аттестация пройдена, если:**

1. Результат итогового тестирования – не менее 70 %.
2. Получены зачеты по всем практическим работам.

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

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

#### **4.1.2. Перечень нормативных документов**

1. 4. Приказ Министерства образования и науки РФ от 12 августа 2020 г. №970 «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта

высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 38.03.02

Менеджмент».

2. Об образовании в Российской Федерации: Федеральный закон от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ.

3. Образование: Национальный проект. Утверждён Президиумом Совета при Президенте РФ по стратегическому развитию и приоритетным проектам от 3 сентября 2018 года № 10.

4. Стратегия инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 года. Утверждена Распоряжением Правительства РФ от 8 декабря 2011 г. № 2227-р.

#### **4.1.3. Основная литература**

1. Влад Титов Комьюнити-менеджмент - М.: Изд-во «Ridero», 2018. – 261 с.
2. Шарков Ф.И. Константы гудвилла - М.: Изд-во «Дашков и Ко», 2020. – 270 с.
3. Тимур Асланов Отличайся! - М.: Изд-во «Питер», 2020. – 212 с.
4. Под ред. М.В.Воронцовой. Технология формирования имиджа, PR и рекламы в социальной работе. - М.: Изд-во «Юрайт», 2020. – 248 с.
5. Д.Ю.Кульчицкая, А.А.Галустян Лонгриды в онлайн-СМИ. – М: Изд-во «Аспект пресс», 2018. – 78 с.
6. Майя Комиссарова Коммуникации, PR, репутация в сфере образования и бизнеса – Изд-во LAP LAMERT Academic Publishing RU, 2017. – 110 стр.
7. Никита Прохоров, Дмитрий Сидорин Репутация в сети. – М: Изд-во «Эксмо», 2021. – 269 с.
8. Денис Каплунов Контент, маркетинг и рок-н-ролл. – М: Изд-во «Манн, Иванов и Фербер», 2020 – 379 с.
9. С.Иконникова Троллология. – М: Изд-во «Бомбора», 2020 – 238 с.
10. Я.С.Босык Бренд компании и технология его формирования. – М: Изд-во «URSS», 2019 – 195 с.

#### **4.1.4. Материально-технические условия реализации программы:**

1. мультимедийный проектор;
2. интерактивная доска;
3. компьютер и мультимедийная техника со стандартным программным обеспечением;
4. презентации по темам занятий;
5. флипчарт со сменным блоком бумаги (20 листов);
6. маркеры черного, темно-синего или темно-зеленого цвета (15 штук);
7. описания упражнений и кейсов к занятиям;
8. доступ в сеть интернет