# Бауманский учебный центр «Специалист»

## Программа курса SERM: управление репутацией в интернете

Код курса: **CEPM1**

| Тема | Ак. часов |
|---|---|
| **Модуль 1. Репутация компании под цифровым микроскопом**<br><br>• Как формируется репутация компании в цифровой среде.<br>• Доверие как фактор принятия решения о покупке.<br>• Современные подходы к управлению репутацией: SERM и ORM.<br>• Где клиенты получают информацию о компании: поисковые системы, карты, социальные сети, маркетплейсы, СМИ, форумы и искусственный интеллект.<br>• Цифровой след компании.<br>• Аудит поисковой выдачи.<br>• Мониторинг упоминаний бренда.<br>• Российские сервисы управления репутацией.<br>• Использование искусственного интеллекта для анализа информационного поля.<br><br>**Практическая работа:** проведение комплексного аудита репутации собственной компании или учебного проекта.<br><br>**Результат модуля:** карта цифрового присутствия компании и перечень основных репутационных рисков. | **4** |
| **Модуль 2. Работа с отзывами и кризисными ситуациями**<br><br>• Почему появляются негативные отзывы.<br>• Настоящие, эмоциональные и заказные отзывы.<br>• Психология поведения недовольного клиента.<br>• Алгоритмы подготовки публичных ответов.<br>• Работа с конфликтами в цифровой среде.<br>• Репутационные кризисы и первые действия компании.<br>• Технические способы вытеснения негативной информации из поисковой выдачи.<br>• Когда негатив можно удалить: юридические основания и взаимодействие с владельцами сайтов, поисковых систем и цифровых площадок.<br>• Работа с администрацией сайтов-отзовиков, картографических сервисов и агрегаторов.<br>• Использование искусственного интеллекта при подготовке ответов.<br>• Автоматизация обработки отзывов.<br>• Типичные ошибки компаний, снижающие доверие клиентов.<br><br>**Практическая работа:** разработка стратегии реагирования на негатив: выбор способов ответа, удаления, вытеснения или снижения видимости негативной информации для различных типов площадок.<br><br>**Результат модуля:** готовый регламент обработки отзывов, библиотека ответов и план действий по удалению, вытеснению или снижению видимости негативной информации. | **4** |

| | |
|---|---|
| **Модуль 3. Как формировать доверие ещё до первой покупки**<br><br>• Формирование положительного информационного поля.<br>• Технологии SERM: управление поисковой выдачей, вытеснение негативного контента и усиление положительных материалов.<br>• Контент, который повышает доверие.<br>• Личный бренд руководителя.<br>• HR-бренд компании.<br>• Работа с экспертностью.<br>• Создание и продвижение позитивного контента для формирования поисковой выдачи.<br>• Работа с карточками компаний, агрегаторами, СМИ и экспертными площадками.<br>• Стратегии вытеснения негативной информации без нарушения законодательства.<br>• Hidden Marketing.<br>• Социальные сети как инструмент формирования доверия.<br>• Репутация компании глазами искусственного интеллекта.<br>• Долгосрочная стратегия управления репутацией.<br><br>**Практическая работа:** разработка стратегии управления поисковой репутацией: определение негативных материалов, выбор способов их удаления, вытеснения или снижения видимости, а также план создания положительного контента.<br><br>**Результат модуля:** комплексная стратегия управления поисковой репутацией, включающая создание положительного информационного поля и план вытеснения негативной информации. | **4** |
| **Модуль 4. Система управления репутацией компании**<br><br>• Построение системы постоянного мониторинга.<br>• Репутационные показатели и KPI.<br>• Выявление и оценка репутационных рисков.<br>• Взаимодействие маркетинга, PR, HR и службы клиентского сервиса.<br>• Репутация компании в поисковых системах и ответах искусственного интеллекта.<br>• Использование ИИ при подготовке аналитических отчетов.<br>• Защита персональных данных и этические аспекты применения искусственного интеллекта.<br>• Построение долгосрочной стратегии управления репутацией.<br><br>**Итоговая практическая работа:** разработка индивидуального 90-дневного плана управления репутацией компании или личного бренда.<br><br>**Результат модуля:** готовая система управления репутацией, которую можно использовать сразу после завершения курса. | **4** |
| Аудиторная нагрузка в классе с преподавателем | **16 ак.ч. + 16 ак.ч. самостоятельно** |

По окончании обучения на курсе проводится итоговая аттестация. Аттестация проводится в виде теста на последнем занятии или на основании оценок практических работ, выполняемых во время обучения на курсе.

## Контакты центра


Для частных лиц
**+7 (495) 232-32-16**

Для организаций
**+7 (495) 780-48-44**

E-mail
**info@specialist.ru**