

Бауманский учебный центр «Специалист»

Программа курса SERM: управление репутацией в интернете

Код курса: **SERM1**

Тема	Ак. часов
<p>Модуль 1. Репутация компании под цифровым микроскопом</p> <ul style="list-style-type: none">• Как формируется репутация компании в цифровой среде.• Доверие как фактор принятия решения о покупке.• Современные подходы к управлению репутацией: SERM и ORM.• Где клиенты получают информацию о компании: поисковые системы, карты, социальные сети, маркетплейсы, СМИ, форумы и искусственный интеллект.• Цифровой след компании.• Аудит поисковой выдачи.• Мониторинг упоминаний бренда.• Российские сервисы управления репутацией.• Использование искусственного интеллекта для анализа информационного поля. <p>Практическая работа: проведение комплексного аудита репутации собственной компании или учебного проекта.</p> <p>Результат модуля: карта цифрового присутствия компании и перечень основных репутационных рисков.</p>	4
<p>Модуль 2. Работа с отзывами и кризисными ситуациями</p> <ul style="list-style-type: none">• Почему появляются негативные отзывы.• Настоящие, эмоциональные и заказные отзывы.• Психология поведения недовольного клиента.• Алгоритмы подготовки публичных ответов.• Работа с конфликтами в цифровой среде.• Репутационные кризисы и первые действия компании.• Технические способы вытеснения негативной информации из поисковой выдачи.• Когда негатив можно удалить: юридические основания и взаимодействие с владельцами сайтов, поисковых систем и цифровых площадок.• Работа с администрацией сайтов-отзовиков, картографических сервисов и агрегаторов.• Использование искусственного интеллекта при подготовке ответов.• Автоматизация обработки отзывов.• Типичные ошибки компаний, снижающие доверие клиентов. <p>Практическая работа: разработка стратегии реагирования на негатив: выбор способов ответа, удаления, вытеснения или снижения видимости негативной информации для различных типов площадок.</p> <p>Результат модуля: готовый регламент обработки отзывов, библиотека ответов и план действий по удалению, вытеснению или снижению видимости негативной информации.</p>	4

<p>Модуль 3. Как формировать доверие ещё до первой покупки</p> <ul style="list-style-type: none"> • Формирование положительного информационного поля. • Технологии SERM: управление поисковой выдачей, вытеснение негативного контента и усиление положительных материалов. • Контент, который повышает доверие. • Личный бренд руководителя. • HR-бренд компании. • Работа с экспертностью. • Создание и продвижение позитивного контента для формирования поисковой выдачи. • Работа с карточками компаний, агрегаторами, СМИ и экспертными площадками. • Стратегии вытеснения негативной информации без нарушения законодательства. • Hidden Marketing. • Социальные сети как инструмент формирования доверия. • Репутация компании глазами искусственного интеллекта. • Долгосрочная стратегия управления репутацией. <p>Практическая работа: разработка стратегии управления поисковой репутацией: определение негативных материалов, выбор способов их удаления, вытеснения или снижения видимости, а также план создания положительного контента.</p> <p>Результат модуля: комплексная стратегия управления поисковой репутацией, включающая создание положительного информационного поля и план вытеснения негативной информации.</p>	<p style="text-align: center;">4</p>
<p>Модуль 4. Система управления репутацией компании</p> <ul style="list-style-type: none"> • Построение системы постоянного мониторинга. • Репутационные показатели и KPI. • Выявление и оценка репутационных рисков. • Взаимодействие маркетинга, PR, HR и службы клиентского сервиса. • Репутация компании в поисковых системах и ответах искусственного интеллекта. • Использование ИИ при подготовке аналитических отчетов. • Защита персональных данных и этические аспекты применения искусственного интеллекта. • Построение долгосрочной стратегии управления репутацией. <p>Итоговая практическая работа: разработка индивидуального 90-дневного плана управления репутацией компании или личного бренда.</p> <p>Результат модуля: готовая система управления репутацией, которую можно использовать сразу после завершения курса.</p>	<p style="text-align: center;">4</p>
<p>Аудиторная нагрузка в классе с преподавателем</p>	<p style="text-align: center;">16 ак.ч. + 16 ак.ч. самостоятельно</p>

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