

УТВЕРЖДАЮ

Первый проректор, проректор по
УР

_____ А.Е. Рудин

« 29 » __ 06 ____ 2021 года

Рабочая программа дисциплины

Б1.В.ДВ.04.02 Продвижение личного бренда в сфере дизайна и моды

Учебный план: ФГОС3+_2021-2022_42.03.01_ИБК_ОО_РИСО №1-1-129.plx

Кафедра: **37** Рекламы и связей с общественностью

Направление подготовки:
(специальность) 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: Реклама и связи с общественностью в отрасли (в дизайне и моде)
(специализация)

Уровень образования: бакалавриат

Форма обучения: очная

План учебного процесса

Семестр (курс для ЗАО)	Контактная работа обучающихся		Сам. работа	Контроль, час.	Трудоё мкость, ЗЕТ	Форма промежуточной аттестации	
	Лекции	Практ. занятия					
8	УП	18	18	107,75	0,25	4	Зачет
	РПД	18	18	107,75	0,25	4	
Итого	УП	18	18	107,75	0,25	4	
	РПД	18	18	107,75	0,25	4	

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.2017 г. № 512

Составитель (и):

кандидат философских наук, Заведующий кафедрой _____

Степанов Михаил
Александрович

От кафедры составителя:
Заведующий кафедрой рекламы и связей с
общественностью _____

Степанов Михаил
Александрович

От выпускающей кафедры:
Заведующий кафедрой _____

Степанов Михаил
Александрович

Методический отдел: Макаренко С.В.

1 ВВЕДЕНИЕ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1 Цель дисциплины: Сформировать компетенции обучающегося в области создания и продвижения персонального бренда, имиджевых стратегий в сфере креативных индустрий.

1.2 Задачи дисциплины:

познакомить обучающихся с теорией и лучшими практиками персонального брендинга;
рассмотреть технологии формирования, развития и функционирования персонального бренда;
показать обучающимся основные методические разработки формирования персонального бренда и стратегии его продвижения.

1.3 Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Предварительная подготовка предполагает создание основы для формирования компетенций, указанных в п. 2, при изучении дисциплин:

Деловые коммуникации в профессиональной деятельности

Введение в коммуникационные специальности

Основы маркетинга

Теория и практика связей с общественностью

Основы цифровых коммуникаций

Событийный менеджмент

Основы сторителлинга

Современные проблемы дизайна и моды

Коммуникационные компании в дизайне и моде

Основы брендинга

История и теория модной индустрии

Основы визуальной культуры

Комплексные исследования в отрасли

Дизайн в системе массовых коммуникаций

Этика профессиональной сферы

2 КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

ПК-3: Способен осуществлять отбор и отслеживание информационных поводов и планирование деятельности в сфере дизайна и моды

Знать: основные приёмы выстраивания сюжета, принципы и подходы к планированию информационной деятельности личного бренда

Уметь: проектировать, эффективно управлять коммуникациями в контексте личного продвижения, учитывая интересы целевой аудитории;

Владеть: навыком самостоятельного формирования информационного повода коммуникаций личного бренда; навыками повышения персонального рейтинга в профессиональных сообществах с использованием современных информационно-коммуникационных технологий

3 РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Наименование и содержание разделов, тем и учебных занятий	Семестр (курс для ЗАО)	Контактная работа		СР (часы)	Инновац. формы занятий	Форма текущего контроля
		Лек. (часы)	Пр. (часы)			
Раздел 1. Теоретические аспекты личного продвижения	8					ДС,О
Тема 1. Личное и профессиональное. Специфика профессиональной и частной жизни. Понятие персонального бренда. Соотнесение понятий персональный имидж и персональный бренд. Аутентичность и мультиперсональность. Практическое занятие: Принципы создания персонального бренда.		4	4	18	ИЛ	
Тема 2. Институт репутации: авторитет и известность. Внешние и внутренние основания построения личного бренда. Социальные аспекты построения персонального бренда. Практическое занятие: анализ селибрити и профессионалов отрасли.		4	2	18	АС	
Раздел 2. Компоненты персонального бренда						ДС
Тема 3. Алгоритм формирования персонального бренда. Стратегия личного продвижения. Практическое занятие: Анализ объекта продвижения, проектирование персонального бренда .		2	2	20,75	ИЛ	
Тема 4. PR- технологии продвижения персонального бренда. Практическое занятие: коллаборации, тусовка, профессиональные сообщества.		2	2	16	ГД	
Раздел 3. Брендинг личности						ДС
Тема 5. Личная история. Легенда бренда. Визуальная концепция бренда. Стиль, вкус, имидж. Эстетика взаимодействия. Практическое занятие: содержательные аспекты визуализации личного бренда		4	4	18	ИЛ	
Тема 6. Управление персональным брендом. Стратегии формирования персонального бренда. Практическое занятие: Авторское право и процедуры регистрации элементов бренда.	2	4	17	ГД		
Итого в семестре (на курсе для ЗАО)		18	18	107,75		
Консультации и промежуточная аттестация (Зачет)		0,25				
Всего контактная работа и СР по дисциплине		36,25		107,75		

4 КУРСОВОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ

Курсовое проектирование учебным планом не предусмотрено

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

5.1 Описание показателей, критериев и системы оценивания результатов обучения

5.1.1 Показатели оценивания

Код компетенции	Показатели оценивания результатов обучения	Наименование оценочного средства
ПК-3	описывает основные векторы развития сферы персонального брендинга и имиджевых стратегий; характеризует современные стили, стандарты, форматы и технологии работы со СМИ и другими медиа в контексте личного продвижения, построения персонального бренда; редактирует и создает проект персонального бренда в целях повышения персонального рейтинга в профессиональных сообществах.	Вопросы для устного собеседования Практико-ориентированное задание

5.1.2 Система и критерии оценивания

Шкала оценивания	Критерии оценивания сформированности компетенций	
	Устное собеседование	Письменная работа
Зачтено	Полный, исчерпывающий ответ, явно демонстрирующий глубокое понимание предмета и широкую эрудицию в оцениваемой области. Критический, оригинальный подход к материалу.	
Не зачтено	Задание или не сделано, или допущено много ошибок, классифицируемых как грубые. Очевидны или непонимание заданного вопроса, или неспособность ответить на вопрос без помощи экзаменатора. Обнаруживаются незнание значительной части принципиально важных элементов дисциплины, неумение сформулировать хотя бы отдельные концепции дисциплины, многочисленные грубые ошибки. Попытка списывания, использования неразрешенных технических устройств или пользования подсказкой другого человека (вне зависимости от успешности такой попытки).	

5.2 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности

5.2.1 Перечень контрольных вопросов

№ п/п	Формулировки вопросов
Семестр 8	
1	Персональный бренд: содержательные аспекты.
2	Функции персонального бренда, принципы разработки персонального бренда.
3	Институт репутации. Слава, известность, авторитет, инфлюенсер.
4	Соотнесение понятий персональный имидж, персональный бренд, репутация, авторитет.
5	Личные качества как основа построения бренда.
6	Физические особенности как основа построения бренда.
7	Инструменты конструирования персонального бренда.
8	PR- технологии продвижения персонального бренда.
9	Фирменный стиль персоны
10	Коллаборации
11	Аутентичность и мультиперсональность
12	Визуальная концепция бренда
13	Защита авторских прав
14	Персональный сторителлинг

5.2.2 Типовые тестовые задания

не предусмотрены

5.2.3 Типовые практико-ориентированные задания (задачи, кейсы)

1. Составьте предложения по созданию персонального бренда (персона на выбор преподавателя). Аргументируйте алгоритм создания личного бренда.
2. Проведите SWOT анализ личного бренда.
3. Разработайте проект коллаборации дизайнера (сфера на выбор студента). Аргументируйте этапы реализации проекта.

5.3 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, владений (навыков и (или) практического опыта деятельности)

5.3.1 Условия допуска обучающегося к промежуточной аттестации и порядок ликвидации академической задолженности

Проведение промежуточной аттестации регламентировано локальным нормативным актом СПбГУПТД «Положение о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся»

5.3.2 Форма проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Устная Письменная Компьютерное тестирование Иная

5.3.3 Особенности проведения промежуточной аттестации по дисциплине

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1 Учебная литература

Автор	Заглавие	Издательство	Год издания	Ссылка
6.1.1 Основная учебная литература				
Тангейт, Марк, Шалунова, М.	Мужские бренды: Создание и продвижение товаров для сильного пола	Москва: Альпина Паблишер	2019	http://www.iprbookshop.ru/82729.html
Дробо, Кевин, Орлова, Ю.	Секреты сильного бренда: Как добиться коммерческой уникальности	Москва: Альпина Бизнес Букс	2019	http://www.iprbookshop.ru/82485.html
6.1.2 Дополнительная учебная литература				
Бердников И. П., Стрижова А. Ф.	PR-коммуникации	Москва: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа	2019	http://www.iprbookshop.ru/83123.html
Кеннеди, Дэн, Уолтер, Форрест, Кевэл, Джим	Жесткий бренд-билдинг: Выжмите из клиента дополнительную маржу	Москва: Альпина Паблишер	2019	http://www.iprbookshop.ru/82942.html
Семенчук, В.	101 способ раскрутки личного бренда: Как сделать себе имя	Москва: Альпина Паблишер	2019	http://www.iprbookshop.ru/82420.html
Найджел, Дж., Ерёмин, Б. Л.	Кросс-культурный менеджмент. Концепция когнитивного менеджмента	Москва: ЮНИТИ-ДАНА	2017	http://www.iprbookshop.ru/81604.html
Мужицкая, Т., Белашева, И.	Измени жизнь, оставаясь собой: Личный ребрендинг	Москва: Альпина Паблишер	2019	http://www.iprbookshop.ru/82962.html
Ушакова, Н. В., Стрижова, А. Ф.	Имиджология (3-е издание)	Москва: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа	2017	http://www.iprbookshop.ru/57073.html
Демиева, А. Г., Рыбаков, В. А.	Предпринимательская деятельность без образования юридического лица	Москва: Статут	2016	http://www.iprbookshop.ru/58276.html

6.2 Перечень профессиональных баз данных и информационно-справочных систем

Федеральный образовательный портал «Экономика Социология Менеджмент» [Электронный ресурс]. URL: <http://ecsocman.hse.ru>

Информационный ресурсный центр по научной и практической психологии «ПСИ-ФАКТОР» [Электронный ресурс]. URL: <http://psyfactor.org/>

Электронно-библиотечная система IPRbooks [Электронный ресурс]. URL: <http://www.iprbookshop.ru/>

База профессиональных данных «Мир психологии» [Электронный ресурс]. URL: <http://psychology.net.ru/>

6.3 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения

MicrosoftOfficeProfessional

Microsoft Windows

6.4 Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Аудитория	Оснащение
Лекционная аудитория	Мультимедийное оборудование, специализированная мебель, доска
Учебная аудитория	Специализированная мебель, доска