

УТВЕРЖДАЮ

Первый проректор, проректор по
УР

_____ А.Е. Рудин

«28_» июня 2022 года

Рабочая программа дисциплины

Б1.В.05 Персональный брендинг

Учебный план: 2022-2023 42.03.01 ИБК Бренд-мен ЗАО №1-3-10.plx

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

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

Профиль подготовки: Бренд-менеджмент
(специализация)

Уровень образования: бакалавриат

Форма обучения: заочная

План учебного процесса

Семестр (курс для ЗАО)	Контактная работа обучающихся		Сам. работа	Контроль, час.	Трудоёмкость, ЗЕТ	Форма промежуточной аттестации
	Лекции	Практ. занятия				
3	УП	4	32		1	
	РПД	4	32		1	
4	УП	8	60	4	2	Зачет
	РПД	8	60	4	2	
Итого	УП	4	92	4	3	
	РПД	4	92	4	3	

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 психологических наук, Доцент

Смирнова Вероника
Владимировна

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 персонального брендинга.

1.2 Задачи дисциплины:

- Рассмотреть теоретические аспекты и практические особенности в области персонального бренда и деловой репутации.
- Раскрыть специфику и технологии формирования, развития и функционирования персонального бренда и деловой репутации.
- Показать особенности практики применения знаний в области персонального брендинга в профессиональной сфере.
- Ознакомить обучающихся с методическими разработками и основной литературой по дисциплине, навыками диагностики и формировании персонального бренда, разработке имиджевых программ.

1.3 Требования к предварительной подготовке обучающегося:

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

Производственная практика (практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности)

2 КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

ПК-1: Способен разрабатывать маркетинговую стратегию для продукции СМИ
Знать: основы, типологию, структуру и инструменты создания персонального бренда.
Уметь: применять технологии создания и управления персональным брендом.
Владеть: навыками и технологиями анализа и создания персонального бренда.

3 РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Наименование и содержание разделов, тем и учебных занятий	Семестр (курс для ЗАО)	Контактная работа		СР (часы)	Инновац. формы занятий
		Лек. (часы)	Пр. (часы)		
Раздел 1. Теоретические аспекты персонального брендинга.	3				
Тема 1. Персональный брендинг: содержательные аспекты. Понятие персонального бренда. Соотнесение понятий персональный имидж и персональный бренд. Классификация имиджей, структура. Функции имиджа. Принципы создания персонального бренда.		2		16	ИЛ
Тема 2. Имидж и репутация в жизнедеятельности личности. Личные качества специалиста как основа технологии самопрезентации. Структура личного имиджа. Социальные аспекты восприятия имиджа.		2		16	
Итого в семестре (на курсе для ЗАО)		4		32	
Консультации и промежуточная аттестация - нет		0			
Раздел 2. Вербальный и визуальный компоненты персонального бренда.	4				
Тема 3. Психологический инструментарий формирования персонального бренда. Инструменты формирования персонального бренда. Стратегия формирования персонального бренда. Практическое занятие: Проектирование и техники построения эффективного персонального бренда .			2	10	ИЛ
Тема 4. Формирование персонального бренда с помощью стиля и эффективного взаимодействия. Стратегии и тактики интеракции человека. Вербальный и кинетический имидж. Практическое занятие: PR- технологии продвижения персонального бренда.			2	10	
Тема 5. Визуальный имидж личности. Влияние внешнего вида на персональный имидж. Гендерные особенности гардероба. Внешний облик делового человека. Практическое занятие: Техники создания положительного визуального образа.			1	10	
Раздел 3. Социально-психологические технологии формирования и управления персональным брендом.					
Тема 6. Технология самопрезентации. Управление первым впечатлением при первом контакте. Визитная карточка. Резюме как самопрезентация. Практическое занятие: Самореклама: содержательные аспекты.			1	10	ИЛ

Тема 7. Самоменеджмент как социально-психологическая технология формирования и управления персональным брендом. Самоменеджмент как стратегия формирования персонального бренда. Управлением деловой перепиской. Практическое занятие: Тайм-менеджмент как базовая технология в самоменеджменте.		1	10	
Тема 8. Персональное портфолио как инструмент формирования имиджа современного специалиста. Содержательные компоненты персонального портфолио. Этапы и инструменты формирования персонального портфолио. Практическое занятие: Создание персонального портфолио.		1	10	
Итого в семестре (на курсе для ЗАО)		8	60	
Консультации и промежуточная аттестация (Зачет)		0,25		
Всего контактная работа и СР по дисциплине		12,25	92	

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-1	<p>Дает характеристику основ, типологию, структуру и инструменты создания персонального бренда.</p> <p>Выявляет, корректно формулирует и обосновывает факторы, влияющие на развитие персонального бренда.</p> <p>Использует технологии анализа персонального бренда и разрабатывает алгоритм создания, развития персонального бренда в онлайн и офлайн среде.</p>	<p>перечень вопросов для собеседования</p> <p>тестирование</p> <p>Практико-ориентированное задание</p>

5.1.2 Система и критерии оценивания

Шкала оценивания	Критерии оценивания сформированности компетенций	
	Устное собеседование	Письменная работа
Зачтено	Обучающийся своевременно представил результаты в форме презентации (Microsoft Office Power Point); в соответствии с требованиями выполнил тестовые задания по дисциплине, возможно допуская несущественные ошибки в ответе на вопросы преподавателя.	контрольная работа
Не зачтено	Обучающийся не выполнил (выполнил частично), не представил результаты в форме презентации (Microsoft Office Power Point); не смог изложить содержание и выводы в докладе, не сделал тестовые задания, допустил существенные ошибки в ответе на вопросы преподавателя.	контрольная работа

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
Курс 4	
1	Значение вербального и визуального имиджа в развитии профессиональной карьеры.
2	Самоменеджмент как социально-психологическая технология формирования и управления персональным брендом.
3	Резюме как самопрезентация. Самореклама.
4	Визитная карточка как технология самопрезентации.
5	Управление первым впечатлением.
6	Технология самопрезентации.
7	Техники создания положительного визуального образа.
8	Гендерные особенности гардероба.
9	Влияние внешнего вида на персональный имидж.
10	PR- технологии продвижения персонального бренда.
11	Вербальный и кинетический компоненты персонального бренда.
12	Персональное портфолио: сущностные аспекты и инструменты создания.
13	Формирование персонального имиджа с помощью стиля и эффективного взаимодействия.
14	Инструменты конструирования персонального бренда.
15	Личные качества специалиста как основа технологии самопрезентации.
16	Соотнесение понятий персональный имидж, персональный бренд, репутация, авторитет.
17	Деловая репутация, авторитет и процесс формирования репутации.
18	Социально-психологический анализ профессии имиджмейкер.
19	Функции персонального бренда, принципы разработки персонального бренда.
20	Классификация имиджа, структура.
21	Персональный бренд: содержательные аспекты.

5.2.2 Типовые тестовые задания

1. Является ли ортобиотичность важным принципом в формировании самоорганизации личности:

- А) Да, является
- Б) Нет, не является

2. Эмпатия способствует:

- А) пониманию другого человека
- Б) рациональному осмыслению человека
- В) формированию привлекательности какого-то человека для воспринимающего

3. Концепция эмоциональной грамотности делового человека включает в себя следующие характеристики:

- А) способность к правильной самооценке
- Б) зрелое управление собственными эмоциями
- В) правильная самомотивация
- Г) способность к сопереживанию
- Д) умение поддерживать отношения с разными людьми
- Е) все ответы верны

5.2.3 Типовые практико-ориентированные задания (задачи, кейсы)

1. Примените матрицу Эйзенхауэра для осуществления самоанализа, способствующего личностному и профессиональному росту.

2. Разработайте благодарственное письмо, как необходимого элемента создания и поддержания позитивного имиджа в системе деловых отношений.

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

Зачет проводится в устной форме по заранее утвержденным вопросам, заданиям, тестам.
В течение семестра выполняются контрольные работы.

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1 Учебная литература

Автор	Заглавие	Издательство	Год издания	Ссылка
6.1.1 Основная учебная литература				
Дробо, Кевин, Орлова, Ю.	Секреты сильного бренда: Как добиться коммерческой уникальности	Москва: Альпина Бизнес Букс	2019	http://www.iprbookshop.ru/82485.html
Тангейт, Марк, Шалунова, М.	Мужские бренды: Создание и продвижение товаров для сильного пола	Москва: Альпина Паблишер	2019	http://www.iprbookshop.ru/82729.html
6.1.2 Дополнительная учебная литература				
Мужицкая, Т., Белашева, И.	Измени жизнь, оставаясь собой: Личный ребрендинг	Москва: Альпина Паблишер	2019	http://www.iprbookshop.ru/82962.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
Вильчинская-Бутенко М. Э., Брындина Г. В., Смирнова В. В.	Планирование и реализация кампаний по рекламе и связям с общественностью. Ч.1. Имиджеформирующие кампании в сфере бизнеса	СПб.: СПбГУПТД	2014	http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2071
Семенчук, В.	101 способ раскрутки личного бренда: Как сделать себе имя	Москва: Альпина Паблишер	2019	http://www.iprbookshop.ru/82420.html
Смирнова В.В.	Персональный имидж	СПб.: СПбГУПТД	2017	http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2017612

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