

УТВЕРЖДАЮ

Первый проректор, проректор по  
УР

\_\_\_\_\_ А.Е. Рудин

« 28 » 06 \_\_\_\_\_ 2022 года

## Рабочая программа дисциплины

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

Учебный план: 2022-2023 42.03.01 ИБК РиСО ЗАО №1-3-129.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: заочная

### План учебного процесса

Семестр (курс для ЗАО)	Контактная работа обучающихся		Сам. работа	Контроль, час.	Трудоёмкость, ЗЕТ	Форма промежуточной аттестации
	Лекции	Практ. занятия				
4	УП	4	32		1	
	РПД	4	32		1	
5	УП	4	96	4	3	Зачет
	РПД	4	96	4	3	
Итого	УП	8	128	4	4	
	РПД	8	128	4	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

Событийный менеджмент

Теория и практика связей с общественностью

Основы маркетинга

Основы цифровых коммуникаций

Современные проблемы дизайна и моды

Основы брендинга

Основы сторителлинга

История и теория модной индустрии

Коммуникационные компании в дизайне и моде

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
		Лек. (часы)	Пр. (часы)		
Раздел 1. Теоретические аспекты личного продвижения	4				
Тема 1. Личное и профессиональное. Специфика профессиональной и частной жизни. Понятие персонального бренда. Соотнесение понятий персональный имидж и персональный бренд. Аутентичность и мультиперсональность. Принципы создания персонального бренда.		2		16	ИЛ
Тема 2. Институт репутации: авторитет и известность. Внешние и внутренние основания построения личного бренда. Социальные аспекты построения персонального бренда.		2		16	ИЛ
Итого в семестре (на курсе для ЗАО)		4		32	
Консультации и промежуточная аттестация - нет		0			
Раздел 2. Компоненты персонального бренда	5				
Тема 3. Алгоритм формирования персонального бренда. Стратегия личного продвижения. Практическое занятие: Анализ объекта продвижения, проектирование персонального бренда .			1	24	АС
Тема 4. PR- технологии продвижения персонального бренда. Практическое занятие: коллаборации, тусовка, профессиональные сообщества.		2	1	24	ИЛ
Раздел 3. Брендинг личности					
Тема 5. Личная история. Легенда бренда. Визуальная концепция бренда. Стиль, вкус, имидж. Эстетика взаимодействия. Практическое занятие: содержательные аспекты визуализации личного бренда			1	24	АС
Тема 6. Управление персональным брендом. Стратегии формирования персонального бренда. Практическое занятие: Авторское право и процедуры регистрации элементов бренда.		2	1	24	ИЛ
Итого в семестре (на курсе для ЗАО)		4	4	96	
Консультации и промежуточная аттестация (Зачет)	0,25				
<b>Всего контактная работа и СР по дисциплине</b>		12,25	128		

#### 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
Курс 5	
1	Физические особенности как основа построения бренда.
2	Личные качества как основа построения бренда.
3	Соотнесение понятий персональный имидж, персональный бренд, репутация, авторитет.
4	Институт репутации. Слава, известность, авторитет, инфлюенсер.
5	Функции персонального бренда, принципы разработки персонального бренда.
6	Персональный бренд: содержательные аспекты.
7	Персональный сторителлинг
8	Защита авторских прав
9	Визуальная концепция бренда
10	Аутентичность и мультиперсональность
11	Коллаборации
12	Фирменный стиль персоны
13	PR- технологии продвижения персонального бренда.
14	Инструменты конструирования персонального бренда.

## 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

В течении семестра выполняются контрольные работы.

Обучающийся отвечает на один теоретический вопрос и выполняет одно практико-ориентированное задание.

## 6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 6.1 Учебная литература

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

### 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