

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

**федеральное государственное автономное
образовательное учреждение высшего образования
«Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет
им. Н.И. Лобачевского»**

Институт международных отношений и мировой истории

УТВЕРЖДЕНО

решением президиума Ученого совета ННГУ

протокол № 1 от 16.01.2022 г.

Рабочая программа дисциплины

Разработка персонального бренда

Уровень высшего образования

Бакалавриат

Направление подготовки / специальность

42.03.01 - Реклама и связи с общественностью

Направленность образовательной программы

Реклама и связи с общественностью в политике и коммерции

Форма обучения

очная, заочная

г. Нижний Новгород

2022 год начала подготовки

1. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина Б1.В.25 Разработка персонального бренда относится к части, формируемой участниками образовательных отношений образовательной программы.

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы (компетенциями и индикаторами достижения компетенций)

| Формируемые компетенции (код, содержание компетенции) | Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), в соответствии с индикатором достижения компетенции | | Наименование оценочного средства | |
|---|---|---|------------------------------------|-------------------------------|
| | Индикатор достижения компетенции (код, содержание индикатора) | Результаты обучения по дисциплине | Для текущего контроля успеваемости | Для промежуточной аттестации |
| УК-6: Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни | УК-6.1: Знает основные принципы самовоспитания и самообразования, профессионального и личностного развития, исходя из этапов карьерного роста и требований рынка труда УК-6.2: Умеет планировать свое рабочее время и время для саморазвития, формулировать цели личностного и профессионального развития и условия их достижения, исходя из тенденций развития области профессиональной деятельности, индивидуально-личностных особенностей | УК-6.1: Знать: основные принципы самовоспитания и самообразования, профессионального и личностного развития Уметь: управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни Владеть: основными принципами самовоспитания и самообразования, профессионального и личностного развития УК-6.2: Знать: принципы планирования времени, реализацию траектории саморазвития Уметь: планировать свое рабочее время и время для саморазвития, формулировать цели личностного и профессионального развития и условия их достижения Владеть: навыками планирования своего рабочего времени и времени для саморазвития, формулирования цели личностного и | Проект | Зачёт: Контрольные вопросы |

| | | | | |
|---|--|---|--------|-------------------------------|
| | | профессионального развития и условия их достижения | | |
| ПК-1: Способен организовывать процесс создания коммуникационного продукта и (или) мероприятия | <p>ПК-1.1: Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью</p> <p>ПК-1.2: Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии</p> <p>ПК-1.3: Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры</p> | <p>ПК-1.1:</p> <p>Знать: функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью</p> <p>Уметь: выполнять функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью</p> <p>Владеть: навыками функционала линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью</p> <p>ПК-1.2:</p> <p>Знать: тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии</p> <p>Уметь: осуществлять тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии</p> <p>Владеть: навыками тактического планирования мероприятий в рамках реализации коммуникационной</p> | Проект | Зачёт: Контрольные вопросы |

| | | | | |
|--|--|--|--|--|
| | | <p><i>стратегии</i></p> <p><i>ПК-1.3:</i> <i>Знать: организацию внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры</i> <i>Уметь: организовывать внутренние коммуникации и мероприятия по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры</i> <i>Владеть: навыками организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры</i></p> | | |
|--|--|--|--|--|

3. Структура и содержание дисциплины

3.1 Трудоемкость дисциплины

| | очная | заочная |
|--|--------------------------|--------------------------|
| Общая трудоемкость, з.е. | 2 | 2 |
| Часов по учебному плану | 72 | 72 |
| в том числе | | |
| аудиторные занятия (контактная работа): | | |
| - занятия лекционного типа | 16 | 8 |
| - занятия семинарского типа (практические занятия / лабораторные работы) | 16 | 2 |
| - КСР | 1 | 1 |
| самостоятельная работа | 39 | 57 |
| Промежуточная аттестация | 0 Зачёт | 4 Зачёт |

3.2. Содержание дисциплины

(структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и виды учебных занятий)

| Наименование разделов и тем дисциплины | Всего (часы) | в том числе | | | Самостоятельная работа обучающегося, часы |
|--|-----------------|--|---------------------------------|-------|--|
| | | Контактная работа (работа во взаимодействии с преподавателем), часы из них | | | |
| | | Занятия лекционного типа | Занятия семинарского типа | Всего | |

| | | | | | (практические занятия/лабораторные работы), часы | | | | | |
|--|-------------|-------------|-------------|-------------|--|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| | о ф о | з ф о | о ф о | з ф о | о ф о | з ф о | о ф о | з ф о | о ф о | з ф о |
| Тема 1 Основа персонального бренда как коммуникационного продукта. | 8 | 7 | 2 | 1 | 2 | | 4 | 1 | 4 | 6 |
| Тема 2 Имидж и репутация в персональном бренде | 9 | 7 | 2 | 1 | 2 | | 4 | 1 | 5 | 6 |
| Тема 3 Целевая аудитория и позиционирование | 9 | 7 | 2 | 1 | 2 | | 4 | 1 | 5 | 6 |
| Тема 4 Упаковка личного бренда | 9 | 8 | 2 | 1 | 2 | | 4 | 1 | 5 | 7 |
| Тема 5 Личный бренд в социальных сетях. | 9 | 9 | 2 | 1 | 2 | | 4 | 1 | 5 | 8 |
| Тема 6 Антикризисный PR для личного бренда. | 9 | 9 | 2 | 1 | 2 | | 4 | 1 | 5 | 8 |
| Тема 7 Личный стиль в персональном бренде | 9 | 9 | 2 | 1 | 2 | | 4 | 1 | 5 | 8 |
| Тема 8 Итоговый проект. Стратегия развития личного бренда. | 9 | 11 | 2 | 1 | 2 | 2 | 4 | 3 | 5 | 8 |
| Аттестация | 0 | 4 | | | | | | | | |
| КСР | 1 | 1 | | | | | 1 | 1 | | |
| Итого | 72 | 72 | 16 | 8 | 16 | 2 | 33 | 11 | 39 | 57 |

Содержание разделов и тем дисциплины

Тема 1 Основа персонального бренда

Понятие персонального бренда. Роль личного бренда в развитии карьеры и бизнеса. Определение ценности бренда. Презентация навыков.

Тема 2 Имидж и репутация

Отличия между идентичностью, имиджем и репутацией. Составляющие личного бренда. Создание позитивной идентичности.

Тема 3 Целевая аудитория и позиционирование

Анализ достоинств и недостатков.. Уникальные характеристики личного бренда. Определение целевой аудитории. Способы взаимодействия целевой аудитории. Позиционирование для потенциальных клиентов. Отстройка от конкурентов.

Тема 4 Упаковка личного бренда

Невербальные сигналы коммуникации. Ораторские навыки. Самопрезентация.

Тема 5 Личный бренд в социальных сетях.

Особенности продвижения личного бренда на онлайн площадках. выбор площадки и способы монетизации. платные и бесплатные способы продвижения. Составление контент-плана. работа с сервисами для постинга.

Тема 6 Антикризисный PR для личного бренда.

Виды кризисных ситуаций. Репутационные риски. Ошибки коммуникаций в кризисе. Пути выхода из кризисной ситуации.

Тема 7 Личный стиль в персональном бренде

Роль персонального стиля. Стратегия персонального стиля. Деловой гардероб. Стайлмейкеры.

Тема 8 Итоговый проект. Стратегия развития личного бренда.

Долгосрочные цели. Анализ сильных сторон. Определение навыков. Портрет целевой аудитории.

Каналы продвижения. План монетизации.

4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся

Самостоятельная работа обучающихся включает в себя подготовку к контрольным вопросам и заданиям для текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины приведенным в п. 5.

Для обеспечения самостоятельной работы обучающихся используются:

- электронный курс "-" (-).
- открытый онлайн-курс МООС "-" (-).

Иные учебно-методические материалы: -

5. Фонд оценочных средств для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)

5.1 Типовые задания, необходимые для оценки результатов обучения при проведении текущего контроля успеваемости с указанием критериев их оценивания:

5.1.1 Типовые задания (оценочное средство - Проект) для оценки сформированности компетенции УК-6:

Проект по конструированию личного бренда

Проект предполагает составление стратегии и тактики личного бренда учащегося:

Долгосрочные цели. Анализ сильных сторон. Определение навыков. Портрет целевой аудитории.

Каналы продвижения. План монетизации.

5.1.2 Типовые задания (оценочное средство - Проект) для оценки сформированности компетенции ПК-1:

Проект предполагает конструирование персонального бренда личности

По выбору учащегося составляется стратегия и тактика персонального бренда руководителя организации, селебрити, эксперта.

Критерии оценивания (оценочное средство - Проект)

| Оценка | Критерии оценивания |
|---------------|---|
| зачтено | Задание выполнено в полном объеме (все поставленные задачи решены), ответ логичен и обоснован, обучающийся отвечает четко и последовательно, показывает глубокое знание основного материала |
| не зачтено | Задание выполнено не в полном объеме (решено менее 50% поставленных задач), обучающийся дает неверную информацию при ответе на поставленные задачи, допускает грубые ошибки при толковании материала, демонстрирует незнание основных терминов и понятий. |

5.2. Описание шкал оценивания результатов обучения по дисциплине при промежуточной аттестации

Шкала оценивания сформированности компетенций

| Уровень сформированности компетенций (индикатора достижения компетенций) | плохо | неудовлетворительно | удовлетворительно | хорошо | очень хорошо | отлично | превосходно |
|--|---|--|--|---|---|---|--|
| | не зачтено | | зачтено | | | | |
| <u>Знания</u> | Отсутствие знаний теоретического материала. Невозможность оценить полноту знаний вследствие отказа обучающегося от ответа | Уровень знаний ниже минимальных требований. Имели место грубые ошибки | Минимально допустимый уровень знаний. Допущено много негрубых ошибок | Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько негрубых ошибок | Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько несущественных ошибок | Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Ошибок нет. | Уровень знаний в объеме, превышающем программу подготовки. |
| <u>Умения</u> | Отсутствие минимальных умений. Невозможность оценить наличие умений вследствие отказа обучающегося от ответа | При решении стандартных задач не продемонстрированы основные умения. Имели место грубые ошибки | Продemonстрированы основные умения. Решены типовые задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания, но не в полном объеме | Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания в полном объеме, но некоторые с недочетами | Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи. Выполнены все задания в полном объеме, но некоторые с недочетами. | Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи с отдельными и несущественными недочетами, выполнены все задания в полном объеме | Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи. Выполнены все задания, в полном объеме без недочетов |
| <u>Навыки</u> | Отсутствие базовых навыков. Невозможность оценить наличие навыков вследствие отказа обучающегося от ответа | При решении стандартных задач не продемонстрированы базовые навыки. Имели место грубые ошибки | Имеется минимальный набор навыков для решения стандартных задач с некоторыми недочетами | Продemonстрированы базовые навыки при решении стандартных задач с некоторыми недочетами | Продemonстрированы базовые навыки при решении стандартных задач без ошибок и недочетов | Продemonстрированы навыки при решении нестандартных задач без ошибок и недочетов | Продemonстрирован творческий подход к решению нестандартных задач |

Шкала оценивания при промежуточной аттестации

| Оценка | | Уровень подготовки |
|---------|-------------|--|
| зачтено | превосходно | Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «превосходно», продемонстрированы знания, умения, владения по соответствующим компетенциям на уровне выше предусмотренного программой |

| | | |
|-------------------|----------------------------|--|
| | отлично | Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «отлично». |
| | очень хорошо | Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «очень хорошо» |
| | хорошо | Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «хорошо». |
| | удовлетворительно | Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «удовлетворительно», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «удовлетворительно» |
| не зачтено | неудовлетворительно | Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «неудовлетворительно». |
| | плохо | Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «плохо» |

5.3 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов обучения на промежуточной аттестации с указанием критериев их оценивания:

5.3.1 Типовые задания (оценочное средство - Контрольные вопросы) для оценки сформированности компетенции ПК-1

1. Что такое персональный бренд?
2. Роль персонального бренда для развития карьеры и бизнеса
3. Как определить ценность бренда?
4. Как демонстрировать свои навыки в рамках персонального бренда?
5. В чем разница между имиджем и репутацией?
6. Из чего состоит персональный бренд?
7. Как создать позитивную идентичность?

5.3.2 Типовые задания (оценочное средство - Контрольные вопросы) для оценки сформированности компетенции УК-6

8. Определение портрета целевой аудитории для персонального бренда.
9. Невербальная коммуникация в персональном бренде
10. Технологии создания персонального бренда.
11. Самопрезентация в публичном пространстве.
12. Представленность личного бренда в социальных сетях.
13. Продвижение личного бренда в медиа и на конференциях.
14. Работа с персональным брендом в кризисной ситуации.
15. План продвижения для личного бренда.

Критерии оценивания (оценочное средство - Контрольные вопросы)

| Оценка | Критерии оценивания |
|---------|--|
| зачтено | Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «удовлетворительно», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «удовлетворительно» |
| не | Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «неудовлетворительно», ни |

| Оценка | Критерии оценивания |
|---------|--|
| зачтено | одна из компетенций не сформирована на уровне «плохо». |

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

Основная литература:

1. Грошев Игорь Васильевич. Системный бренд-менеджмент : Учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности менеджмента и маркетинга; Учебник / Государственный университет управления; Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова, Высшая школа бизнеса. - Москва : Издательство "ЮНИТИ-ДАНА", 2017. - 655 с. - ВО - Бакалавриат. - ISBN 978-5-238-02203-1., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=593457&idb=0>.
2. Пономарёва Е. А. Бренд-менеджмент : учебник и практикум / Е. А. Пономарёва. - Москва : Юрайт, 2023. - 341 с. - (Высшее образование). - ISBN 978-5-9916-9046-1. - Текст : электронный // ЭБС "Юрайт"., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=843176&idb=0>.
3. Беляева М. А. Азы имиджологии: имидж личности, организации, территории / Беляева М. А., Самкова В. А. - Екатеринбург : УрГПУ, 2016. - 184 с. - Библиогр.: доступна в карточке книги, на сайте ЭБС Лань. - Книга из коллекции УрГПУ - Социально-гуманитарные науки. - ISBN 978-5-7186-0814-4., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=747034&idb=0>.

Дополнительная литература:

1. Мужичкая Т. Измени жизнь, оставаясь собой: Личный ребрендинг : монография / Мужичкая Т.; Белашева И. - Москва : Альпина Паблишер, 2019. - 281 с. - ISBN 978-5-9614-2412-6., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=838736&idb=0>.
2. Поройков Сергей Юрьевич. Архетипические психологические типы : Монография / Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова, факультет вычислительной математики и ки. - 1. - Москва : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2023. - 597 с. - (Научная мысль). - Дополнительное профессиональное образование. - ISBN 978-5-16-011617-4. - ISBN 978-5-16-105115-3., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=874400&idb=0>.

Программное обеспечение и Интернет-ресурсы (в соответствии с содержанием дисциплины):

<https://cyberleninka.ru/article/n/formirovanie-i-prodvizhenie-personalnogo-brenda>
<https://sila.media/>

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

Учебные аудитории для проведения учебных занятий, предусмотренных образовательной программой, оснащены мультимедийным оборудованием (проектор, экран), техническими средствами обучения.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечены доступом в электронную информационно-образовательную среду.

Программа составлена в соответствии с требованиями ОС ННГУ по направлению подготовки/специальности 42.03.01 - Реклама и связи с общественностью.

Автор(ы): Фирулина Евгения Геннадьевна, кандидат философских наук.

Заведующий кафедрой: Фортунатов Антон Николаевич, доктор философских наук.

Программа одобрена на заседании методической комиссии от 29.11.2023, протокол № 15.