ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

**«ЛЕНИНГРАДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ**

**ИМЕНИ А.С. ПУШКИНА»**

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебно-методической

работе

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ С.Н.Большаков

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины

**Б1.В.03.ДВ.02.01 ПЕРСОНАЛЬНЫЙ БРЕНДИНГ**

Направление подготовки **54.03.01 -Дизайн**

Направленность (профиль) – ***«Графический дизайн»***

 (год начала подготовки – 2022)

Санкт-Петербург

2022

**1. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ:**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Индекс компетенции | Содержание компетенции (или ее части) | Индикаторы компетенций (код и содержание) |
| УК-1 | Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач | ИУК-1.1 Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие. Осуществляет декомпозицию задачи.ИУК-1.2 Находит и критически анализирует информацию, необходимую для решения поставленной задачи. ИУК-1.3 Рассматривает различные варианты решения задачи, оценивая их достоинства и недостатки.ИУК-1.4 Грамотно, логично, аргументированно формирует собственные суждения и оценки. Отличает факты от мнений, интерпретаций, оценок и т.д. в рассуждениях других участников деятельности.ИУК-1.5 Определяет и оценивает практические последствия возможных решений задачи. |
| УК-2 | Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений | ИУК-2.1 Формулирует в рамках поставленной цели проекта совокупность взаимосвязанных задач, обеспечивающих ее достижение. Определяет ожидаемые результаты решения выделенных задач.ИУК-2.2 Проектирует решение конкретной задачи проекта, выбирая оптимальный способ ее решения, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений.ИУК-2.3Решает конкретные задачи проекта заявленного качества и за установленное времяИУК-2.4Публично представляет результаты решения конкретной задачи проекта. |
| ПК-1 | Способен проводить предпроектные дизайнерские исследования | ИПК-1.1 Выявляет существующие и прогнозировать будущие тенденции в сфере дизайна объектов и систем визуальной информации, идентификации и коммуникацииИПК-1.2 Производит сравнительный анализ аналогов проектируемых объектов и систем визуальной информации, идентификации и коммуникацииИПК-1.3 Анализирует потребности и предпочтения целевой аудитории проектируемых объектов и систем визуальной информации, идентификации и коммуникацииИПК-1.4 Оформляет результаты дизайнерских исследований |
| ПК-2 | Способен к поиску и анализу материалов в сфере графического дизайна для проведения научного исследования | ИПК 1.1. Составляет по типовой форме проектное задание на создание объекта визуальной информации, идентификации и коммуникации, используя предварительно собранные материалы.ИПК 1.2. Прорабатывает предварительные эскизы объекта визуальной информации, идентификации и коммуникации. ИПК 1.3. Определяет необходимость запроса на дополнительные данные для проектного задания на создание объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации ИПК 1.4. Осуществляет согласование иутверждение проектного задания на создание объекта визуальной информации, идентификации и коммуникации с заказчиком.ИПК 1.5. Планирует этапы и сроки выполнения работ по дизайн-проектированию. |
| ПК-3 | Способен создавать эскизы и оригиналы элементов объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации | ИПК-3.1 Подбирает и изучает информацию, необходимую для разработки проектного задания на создание системы визуальной информации, идентификации и коммуникацииИПК-3.2 Прорабатывает предварительные эскизы проектируемой системы визуальной информации, идентификации и коммуникацииИПК-3.3 составляет проектное задание на создание системы визуальной информации, идентификации и коммуникации по типовой форме |
| ПК-4 | Способен подготовить материалы для разработки художественного проекта объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации | ИПК 4.1. Изучает и анализирует информацию, необходимую для работы над дизайн-проектом объекта визуальной информации, идентификации и коммуникацииИПК 4.2. Определяет композиционные приемы для разработки объекта визуальной информации, идентификации и коммуникацииИПК 4.3. Определяет стилистические особенности проектируемого объекта визуальной информации, идентификации и коммуникации, необходимые для разработки проекта.ИПК 4.4. Разрабатывает предварительный дизайн-макет, используя специальные профессиональные компьютерные программы для проектирования объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации |
| ПК-5 | Способен к сотрудничеству при разработке проектного задания по созданию объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации | ИПК 5.1. Осуществляет выбор показателей и средств контроля для проверки качества изготовления в производстве проектируемого объекта визуальной информации, идентификации и коммуникации.ИПК 5.2. Выполняет проверку качества изготовления проектируемого объекта визуальной информации, идентификации и коммуникации по выбранным показателям. ИПК 5.3. Подготавливает заключение по результатам проверки качества изготовления проектируемого объекта визуальной информации, идентификации и коммуникации. |
| ПК-6 | Способен выполнять работы по проектированию объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации | ИПК-6.1. Выполняет работы по подготовке и согласованию с заказчиком проектного задания на создание объектов визуальной информации, идентификации и коммуникацииИПК-6.2. Осуществляет художественно-техническая разработка дизайн- проектов объектов визуальной информации, идентификации и коммуникацииИПК-6.3 Осуществляет Авторский надзор за выполнением работ по изготовлению в производстве объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации |

**2. Место дисциплины в структуре ОП:**

Цель дисциплины:

получение теоретических знаний о персональном брендинге, принципах и методологии создания личного бренда, формирование навыков успешной профессиональной самопрезентации.

Задачи дисциплины:

* изучить теоретические основы персонального брендинга, имиджа и формы развития персонального брендинга стратегии построения личного бренда, особенности управления целевой аудиторией, технологии формирования бренда в офлайн и медиапространстве;
* сформировать умения формулировать самопозиционирование в профессиональной сфере, планировать стратегию развития личного бренда, строить коммуникацию с ЦА в офлайн и онлайн пространстве, проектировать визуальный облик в медиапространстве;
* овладеть навыком риторических практик в рамках публичных практик, навыком невербальной коммуникации в социальном взаимодействии, адаптации личных качеств к возможностям «управления впечатлениями» в профессиональной карьере;

**Место дисциплины**: дисциплина относится к обязательным дисциплинам базовой части программы бакалавриата.

**3. Объем дисциплины и виды учебной работы:**

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 академических часа *(1 зачетная единица соответствует 36 академическим часам).*

Очная форма обучения

|  |  |
| --- | --- |
| Вид учебной работы | Трудоемкость в акад.час |
|  | Практическая подготовка |
| **Контактная работа (аудиторные занятия) (всего):** | 48 |
| в том числе: |  |
| Лекции | 16 | - |
| Лабораторные работы / Практические занятия (в т.ч. зачет) | -/32 | -/4 |
| **Самостоятельная работа (всего)** | 24 |
| **Вид промежуточной аттестации (экзамен):** | - |
| контактная работа | - |
| самостоятельная работа по подготовке к экзамену | - |
| **Общая трудоемкость дисциплины (в час. /з.е.)** | 72/2 |

Очно-заочная форма обучения

|  |  |
| --- | --- |
| Вид учебной работы | Трудоемкость в акад.час |
|  | Практическая подготовка |
| **Контактная работа (аудиторные занятия) (всего):** | 14 |
| в том числе: |  |
| Лекции | 6 | - |
| Лабораторные работы/ Практические занятия | -/8 | -/1 |
| **Самостоятельная работа (всего)** | 58 |
| **Вид промежуточной аттестации (экзамен):** | - |
| контактная работа | - |
| самостоятельная работа по подготовке к экзамену | - |
| **Общая трудоемкость дисциплины (в час. /з.е.)** | 72/2 |

**4.СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ:**

При проведении учебных занятий обеспечивается развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств (включая при необходимости проведение интерактивных лекций, групповых дискуссий, ролевых игр, тренингов, анализ ситуаций и имитационных моделей, составленных на основе результатов научных исследований, проводимых организацией, в том числе с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей**).**

**4.1 Блоки (разделы) дисциплины.**

|  |  |
| --- | --- |
| № | Наименование блока (раздела) дисциплины |
| 1 | Персональный брендинг: основные понятия. |
| 2 | Целевая аудитория в построении личного бренда. |
| 3 | Самопозиционировании в персональном брендинге. |
| 4 | Стратегия развития личного бренда. |
| 5 | Цифровые медиа в формировании персонального бренда. |
| 6 | Авторские эвенты в формировании персонального бренда. |
| 7 | Имидж в персональном брендинге. |

**4.2. Примерная тематика курсовых работ (проектов):**

Курсовая работа по дисциплине не предусмотрена учебным планом.

**4.3. Перечень занятий, проводимых в активной и интерактивной формах, обеспечивающих развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств. Практическая подготовка\*.**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **№ п/п** | **Наименование блока (раздела) дисциплины** | **Занятия, проводимые в активной и интерактивной формах** | **Практическая подготовка\*** |
| **Форма проведения занятия** | **Наименование видов занятий** |
| 1. | Персональный брендинг: основные понятия. | Лекционное занятие | Устный опрос |  |
| 2. | Целевая аудитория в построении личного бренда. | Лекционное занятие | практическое занятие |  |
| 3. | Самопозиционировании в персональном брендинге. | практическое занятие | Защита реферата |  |
| 4. | Стратегия развития личного бренда. | практическое занятие | Выполнение практического задания |  |
| 5. | Цифровые медиа в формировании персонального бренда. | практическое занятие | Выполнение практического задания |  |
| 6. | Авторские эвенты в формировании персонального бренда. | практическое занятие | Выполнение практического задания |  |
| 7. | Имидж в персональном брендинге. | Практическое занятие | Выполнение практического задания |  |

**5. Учебно-методическое обеспечение для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине:**

**5.1. Темы для творческой самостоятельной работы обучающегося**

Темы для творческой самостоятельной работы студента формулируются обучающимся самостоятельно, исходя из перечня тем занятий текущего семестра.

**5.2. Темы рефератов**

1. Обзор современного рынка дизайне (по отраслям)
2. Личный бренд в коммуникативной практике дизайнера.
3. Индивидуальный, массовый и фирменный стили брендинга. Общее и особенное.
4. Селф-менеджмент в персональном брендинге.
5. Типология в дизайн-аудитории.
6. Авторский эвент как методика формирования персонального бренда.
7. Модели самопрезетанции.
8. Невербальная коммуникация в создании имиджа.
9. Популярность как элемент персонального брендинга
10. Визуальный контент как элемент продвижения в персональном брендинге.
11. Формы трансляции персонального бренда в средствах массовой коммуникации.

**6 Оценочные средства для текущего контроля успеваемости:**

**6.1. Текущий контроль**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| №п/п | № блока (раздела) дисциплины | Форма текущего контроля |
| 1 | Темы 1-3 | Устный опрос или Защита реферата |
| 2 | Темы 4-10 | Защита проекта |

**7. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Наименование | Авторы | Место издания | Год издания | Наличие |
| печатные издания | ЭБС (адрес в сети Интернет) |
| 1. | Персональный брендинг: технологии достижения личной популярности | Ф. Котлер и др. (пер. с англ. Симдяшкина Е., Коцыба Н.) | Москва Издат. дом Гребенникова | 2008 |  | <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=19663512>  |
| 2. | Брендинг: учебное пособие | Годин, А. М. | Москва : Дашков и К° | 2016 |  | <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453899>  |
| 3. | Личность. Феномены персонального брендинга // Бренд-менеджмент, № 2, С.2-4 | Стась А.  | Издательский дом "Гребенников" |  |  | <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=9269502>  |
| 4. | Использование метода архетипов в персональном брендинге | Е. С. ЕгороваА. В. Храмкина | Электронный научный журнал «Наука. Общество. Государство»  | 2018. Т. 6, №1(21) | http://esj.pnzgu.ru ISSN 2307-9525 (Online) | <https://biblioclub.ru/index.php?page=book_view_red&book_id=610923&page_id=150&sr=1>  |
| 5. | Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг: учебное пособие  | Шарков, Ф. И. | Москва: Дашков и К°, | 2022 |  | <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684408> |
| 6. | Персональный брендинг: технологии достижения личной популярности | Ф. Котлер и др. (пер. с англ. Симдяшкина Е., Коцыба Н.) | Москва Издат. дом Гребенникова | 2008 |  | <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=19663512>  |
| 7. | 17 мгновений имидж-откровений: практическое пособие | Гурьева, Т. | Москва: Мультимедийное Издательство Стрельбицкого | 2014 |  | <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=233940>  |
| 8. | Фирменный стиль и его роль в успешном продвижении бренда. Анализ визуальной составляющей рекламных коммуникаций | Бутакова А. Д. | М.: Лаборатория книги | 2012 |  | <http://biblioclub.ru> |

**8. Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:**

1. «НЭБ». Национальная электронная библиотека. – Режим доступа: [http://нэб.рф/](http://www.biblioclub.ru/)

2. «eLibrary». Научная электронная библиотека. – Режим доступа: [https://elibrary.ru](https://elibrary.ru/)

3. «КиберЛенинка». Научная электронная библиотека. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/>

4. ЭБС «Университетская библиотека онлайн». – Режим доступа: [http://www.biblioclub.ru/](http://www.knigafund.ru/)

5. Российская государственная библиотека. – Режим доступа: <http://www.rsl.ru/>

6. ЭБС Юрайт. - Режим доступа: <https://urait.ru/>

**9. ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ, ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ:**

В ходе осуществления образовательного процесса используются следующие информационные технологии:

- средства визуального отображения и представления информации (LibreOffice) для создания визуальных презентаций как преподавателем (при проведении занятий) так и обучаемым при подготовке докладов для семинарского занятия.

- средства телекоммуникационного общения (электронная почта и т.п.) преподавателя и обучаемого.

- использование обучаемым возможностей информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» при осуществлении самостоятельной работы.

**9.1. Требования к программному обеспечению учебного процесса**

Для успешного освоения дисциплины, обучающийся использует следующие программные средства:

* Windows 10 x64
* MicrosoftOffice 2016
* LibreOffice
* Firefox
* GIMP

**9.2. Информационно-справочные системы (при необходимости):**

Не используются

**10. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

Для проведения занятий лекционного типа предлагаются наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий.

Для изучения дисциплины используется следующее оборудование: аудитория, укомплектованная мебелью для обучающихся и преподавателя, доской, ПК с выходом в интернет, мультимедийным проектором и экраном.

Для самостоятельной работы обучающихся используется аудитория, укомплектованная специализированной мебелью и техническими средствами (ПК с выходом в интернет и обеспечением доступа в электронно-информационно-образовательную среду организации).