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.04.01\_ПЕРСОНАЛЬНЫЙ БРЕНДИНГ**

Направление подготовки **54.03.01 -Дизайн**

Направленность (профиль) – ***«Дизайн интерьера»***

(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-6 | Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни | ИУК-6.1 Применяет знание о своих ресурсах и их пределах (личностных, ситуативных, временных и т.д.) для успешного выполнения порученной работы.ИУК-6.2 Понимает важность планирования перспективных целей деятельности с учетом условий, средств, личностных возможностей, этапов карьерного роста, временной перспективы развития деятельности и требований рынка труда.ИУК-6.3 Реализует намеченные цели деятельности с учетом условий, средств, личностных возможностей, этапов карьерного роста, временной перспективы развития деятельности и требований рынка труда.ИУК-6.4 Критически оценивает эффективность использования времени и других ресурсов при решении поставленных задач, а также относительно полученного результата.ИУК-6.5 Демонстрирует интерес к учебе и использует предоставляемые возможности для приобретения новых знаний и навыков. |
| ПК-9 | Способен к презентации результатов исследовательской и проектной деятельности в соответствии с актуальными отраслевыми требованиями | ИПК-9.1 Способностью применять на практике приемы составления научных отчетов, обзоров, аналитических карт и пояснительных записок, владением современными способами научной презентации результатов исследовательской деятельностиИПК-9.2 Способностью разрабатывать проекты с учетом конкретных технологических, эстетических, экономических параметров |

**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 зачетных 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 | -/- |
| **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 |

**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 | Выполнение практического задания |  |
| 2 | Целевая аудитория в построении личного бренда. | практическое занятие | Выполнение практического задания |  |
| 3 | Самопозиционировании в персональном брендинге. | практическое занятие | Выполнение практического задания |  |
| 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**

Обзор современного рынка дизайне (по отраслям)

Личный бренд в коммуникативной практике дизайнера.

Индивидуальный, массовый и фирменный стили брендинга. Общее и особенное.

Селф-менеджмент в персональном брендинге.

Типология в дизайн-аудитории.

Авторский эвент как методика формирования персонального бренда.

Модели самопрезетанции.

Невербальная коммуникация в создании имиджа.

Популярность как элемент персонального брендинга

Визуальный контент как элемент продвижения в персональном брендинге.

Формы трансляции персонального бренда в средствах массовой коммуникации.

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

**6.1. Текущий контроль**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| №п/п | № и наименование блока (раздела) дисциплины | Форма текущего контроля |
| 1 | Персональный брендинг: основные понятия. | Работа на практических занятиях |
| 2 | Целевая аудитория в построении личного бренда. | Работа на практических занятиях |
| 3 | Самопозиционировании в персональном брендинге. | Работа на практических занятиях |
| 4 | Стратегия развития личного бренда. | Работа на практических занятиях |
| 5 | Цифровые медиа в формировании персонального бренда. | Работа на практических занятиях |
| 6 | Авторские эвенты в формировании персонального бренда. | Работа на практических занятиях |
| 7 | Имидж в персональном брендинге. | Работа на практических занятиях |

**7. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Наименование | Авторы | Место издания | Год издания | Наличие |
| печатные издания | ЭБС (адрес в сети Интернет) |
| 1 | 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> |
| 2 | Брендинг территорий: городская идентичность и дизайн: учебное пособие | П. Е. Родькин | Москва; Берлин Директ-Медиа | 2020 |  | <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=597418>  |
| 3 | Константы гудвилла: стиль, паблисити, репутация, имидж и бренд фирмы: учебное пособие  | Шарков, Ф. И. | Москва : Дашков и К° : Альтехсофт «Издательство Шаркова» | 2020 |  | <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684227>  |
| 4 | Проектирование в графическом дизайне. Фирменный стиль: учебное наглядное пособие для практических занятий: учебное пособие | Корякина, Г. М. | Липецк: Липецкий государственный педагогический университет имени П.П. Семенова-Тян-Шанского | 2018 |  | <https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=576869>  |

**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).