Частное профессиональное образовательное учреждение
Вологодский кооперативный колледж

**Рабочая программа учебной дисциплины**

**Селф-брендинг**

**40.02.01 Право и организация социального обеспечения**

Форма обучения: очная, заочная

Вологда, 2018 г.

Рассмотрена цикловой организации и технологии ведения бизнеса
Протокол № 1 от «05» сентября 2018 г.
Председатель цикловой комиссии
_____В.А. Груничева

Утверждаю
зам. директора по учебной работе
_____ А.А.Дроздова

Согласовано
зам. директора по методической работе
_____ А.А. Русина

Организация-разработчик: ЧПОУ Вологодский кооперативный колледж

Разработчик:
Федорова А. В. – преподаватель ЧПОУ Вологодский кооперативный колледж

Рабочая программа учебной дисциплины разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта (ФГОС СПО) по специальности 40.02.01. Право и организация социального обеспечения

Рабочая программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС СПО и потребностям рынка труда. Рекомендуется для использования в учебном процессе.

директор БУСОВО. ТУСПСН г. Вологда — подпись — А.В. Корчагина

Место работы, должность — МП — подпись — Ф.И.О.

## СОДЕРЖАНИЕ

**1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ** ...4
**2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**.....5
**3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ** .....11
**4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ** .....11
**5. ПЕРЕЧЕНЬ КОМПЕТЕНЦИЙ**.....16
**6. ПРОМЕЖУТОЧНАЯ АТТЕСТАЦИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**.....17

# 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
## Селф-брендинг

### 1.1. Область применения программы

Рабочая программа учебной дисциплины является частью программы подготовки специалистов среднего звена, в соответствии с ФГОС СПО по специальности 40.02.01. Право и организация социального обеспечения.

Рабочая программа учебной дисциплины может быть использована в дополнительном профессиональном образовании (в программах повышения квалификации и переподготовки работников в различных областях.)

**1.2. Место дисциплины в структуре программы подготовки специалистов среднего звена:** вариативная часть циклов ППССЗ, ОП (обшепрофессиональные дисциплины)

**1.3. Цели и задачи дисциплины – требования к результатам освоения дисциплины:**

Цель дисциплины - подготовка специалистов, которые могут в практической деятельности применять знания о современном подходе к разработке собственного стиля, бренда, эффективно презентовать себя в социуме и профессиональном русле, имеют навыки проведения самопрезентации, способны к самоанализу и саморазвитию.

**В результате освоения дисциплины обучающийся должен знать**:

- понятие и основные характеристики персонального бренда;
- характеристику вербальных и невербальных коммуникаций;
- организацию и планирование селф - брендинга в различных техниках практической деятельности
- современные подходы к разработке собственного стиля, бренда, презентации и самопрезентации.

**В результате освоения дисциплины обучающийся должен уметь:**

- определять параметры персонального бренда;
- выстраивать профиль ценностей бренда и сформировать навыки тематических презентаций и самопрезентаций;
- разрабатывать структуру и выстраивать логику доклада;
- взаимодействовать с аудиторией во время проведения презентации
- разрабатывать презентации, их проводить и оценивать;
- обладать навыками вербальной и невербальной коммуникации;
- обладать навыками анализа собственного поведения и действий других людей.

**1.4. Рекомендуемое количество часов на освоение программы дисциплины:**

максимальной учебной нагрузки обучающегося 84/84 часа, в том числе:
обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося 56/16 часов;
самостоятельной работы обучающегося 28/68 часов.

## 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

### 2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

| Вид учебной работы | Объем часов | |
|---|---|---|
| | *очная* | *заочная* |
| **Максимальная учебная нагрузка (всего)** | *84* | *84* |
| **Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)** | *56* | *16* |
| в том числе: | | |
| практические занятия | *10* | *4* |
| | - | - |
| **Самостоятельная работа обучающегося (всего)** | *28* | *68* |
| в том числе: | | |
| *Выполнение домашних заданий по теме, работа с конспектом и литературой*<br>*Подготовка сообщений, рефератов по темам*<br>*Решений задач и ситуаций*<br>*Создание презентаций* | | |
| *Промежуточная аттестация в форме контрольной работы* | | |

## 2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины Селф-брендинг

### Очная форма обучения

| 1 | 2 | | 3 | 4 | | 5 | 6 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Наименование тем | Содержание учебного материала, практические работы, самостоятельная работа обучающихся | | Максим. количество часов | Обязательное количество часов | | Сам. работа | Уровень освоения |
| | | | | Теор | ПЗ | | |
| **Тема 1. Параметры персонального бренда** | **Содержание** | | | | | | |
| | 1. | Теоретические основы формирования персонального бренда. Сущность предназначение и характеристики ПБ | 3 | 2 | | 1 | 1 |
| | 2. | Основные концепции бренда. Значение бренда. Образы в нашем сознании Законы брендинга. Качество и количество | 3 | 2 | | 1 | 2 |
| | 3. | Фирменный стиль - как составная часть брендинга. | 3 | 2 | | 1 | |
| | **Самостоятельная работа** | | | | | | |
| | Систематическая проработка конспектов лекций, учебной и специальной литературы (по вопросам к темам занятий, разработанных преподавателем).<br>Написать реферат на тему «Имидж делового человека»<br>Написать эссе «SWOT-анализ собственного персонального бренда» | | | | | | |
| **Тема 2. Базовые принципы презентаций** | **Содержание** | | | | | | |
| | 1. | Самопрезентация как психологический феномен. Обучение самопрезентации. Самоимиджирование как элемент самопрезентации. Принципы самопрезентации. | 3 | 2 | | 1 | 2 |
| | 2. | Стратегии самопрезентации и их характеристика | 3 | 2 | | 1 | 2 |
| | 3. | Техники управления впечатлением. Техники самоподачи. Техники самопрезентации. Коммерческие презентации | 3 | 2 | | 1 | 2 |
| | 4. | Основы убеждения. Формирование первого впечатления. | 3 | 2 | | 1 | |
| | **Практическая работа** | | | | | | |
| | 1. | П/Р №1. Решение ситуационных задач на применение стратегий и техник управления впечатлением | 3 | | 2 | 1 | 3 |
| | **Самостоятельная работа** | | | | | | |
| | Систематическая проработка конспектов лекций, учебной и специальной литературы (по вопросам к темам занятий, разработанных преподавателем).<br>Создать презентацию о себе (товаре, услуге, предприятии) в разных техниках | | | | | | |
| **Тема 3. Подготовка и планирование презентации** | **Содержание** | | | | | | |
| | 1 | Технология подготовки презентации. | 3 | 2 | | 1 | 2 |
| | 2. | Анализ и классификация типичных ошибок публичного выступления. | 3 | 2 | | 1 | 2 |
| | 3. | Риторическая часть публичного выступления | 3 | 2 | | 1 | 2 |
| | 4. | Психологические модели восприятия слушателями. Длительность и баланс времени | 3 | 2 | | 1 | 2 |
| | **Самостоятельная работа** | | | | | | |

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 4. | Психологические модели восприятия слушателями. Длительность и баланс времени | 3 | 2 | | 1 | 2 |
| | **Самостоятельная работа** | | | | | | |
| | Систематическая проработка конспектов лекций, учебной и специальной литературы (по вопросам к темам занятий, разработанных преподавателем).<br>Подготовить сообщение на тему: Приемы психологической самоподготовки к презентации. | | | | | | |
| **Тема 4 Проведение презентаций. Управление имиджем** | **Содержание** | | | | | | |
| | 1 | Компоненты выступления и их сочетания. | 3 | 2 | | 1 | 2 |
| | 2 | Вербальный и невербальный уровень компонентов | 3 | 2 | | 1 | 2 |
| | 3. | Типы ораторов. Работа с аудиторией, установление и удержание контакта | 3 | 2 | | 1 | 2 |
| | 4. | Типы слушателей и их характеристика. Установление и удержание контакта. Ответы на вопросы | 3 | 2 | | 1 | 2 |
| | 5 | Механизмы зрительного восприятия. | 3 | 2 | | 1 | 2 |
| | 6. | Коммуникативные функции цвета. Признанные цветовые ассоциации. | 3 | 2 | | 1 | 2 |
| | 7. | Иллюстрации: деловая графика, технические средства визуализации, динамическое изображение. | 3 | 2 | | 1 | 2 |
| | **Практическая работа** | | | | | | |
| | 1 | П/Р №2 Технология создания коммерческих презентаций для различных сфер деятельности. | 3 | | 2 | 1 | 3 |
| | 2. | П/Р №3 Деловая игра «Тайм-менеджмент» | 3 | | 2 | 1 | 3 |
| | **Самостоятельная работа** | | | | | | |
| | Систематическая проработка конспектов лекций, учебной и специальной литературы (по вопросам к темам занятий, разработанных преподавателем).<br>Подготовить сообщение на тему: Особенности построения бизнес-презентаций для различных целевых аудиторий по вариантам. Культура речи оратора | | | | | | |
| **Тема 5. Анализ проведенной презентации** | **Содержание** | | | | | | |
| | 1 | Критерии самостоятельной оценки. | 3 | 2 | | 1 | 2 |
| | 2. | Показатели эффективности презентации | 3 | 2 | | 1 | 2 |
| | **Практическая работа** | | | | | | |
| | 1 | П/Р №4 Анализ проведенной презентации. | 3 | | 2 | 1 | 3 |
| | **Самостоятельная работа** | | | | | | |
| | Систематическая проработка конспектов лекций, учебной и специальной литературы (по вопросам к темам занятий, разработанных преподавателем).<br>Подготовить сообщение на тему: Ошибки при подготовке и проведении презентации | | | | | | |
| **Тема 6. Бренд-менеджмент** | **Содержание** | | | | | | |
| | 1 | Понятие, периоды развития, задачи и проблемы бренд-менеджмента. Принципы и методы бренд-менеджмента | 3 | 2 | | 1 | 2 |
| | 2. | Структура управления брендами. Корпоративный имидж, культура. отношения | 3 | 2 | | 1 | 2 |

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | **Практическая работа** | | | | | |
| | 1 П/Р №5 Разработка брендбука и визитки организации для сферы ПСО. | 3 | | 2 | 2 | 3 |
| | **Самостоятельная работа** | | | | | |
| | Систематическая проработка конспектов лекций, учебной и специальной литературы (по вопросам к темам занятий, разработанных преподавателем).<br>Подготовить сообщение на тему: Установление и удержание контакта. Ответы на вопросы | | | | | |
| | **Контрольная работа** | **2** | **2** | | | |
| | **Всего:** | **84** | **46** | **10** | **28** | |

## Заочная форма обучения

| 1 | 2 | 3 | 4 | | 5 | 6 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| **Наименование тем** | **Содержание учебного материала, практические работы, самостоятельная работа обучающихся** | **Максим. количество часов** | **Обязательное количество часов** | | **Сам. работа** | **Уровень освоения** |
| | | | **Теор** | **ПЗ** | | |
| **Тема 1. Параметры персонального бренда** | **Содержание** | | | | | |
| | 1. Теоретические основы формирования персонального бренда. Сущность предназначение и характеристики ПБ | 3 | 2 | | 1 | 1 |
| | 2. Основные концепции бренда. Значение бренда. Образы в нашем сознании Законы брендинга. Качество и количество | 3 | | | 3 | 2 |
| | 3. Фирменный стиль - как составная часть брендинга. | 3 | | | 3 | |
| | **Самостоятельная работа** | | | | | |
| | Систематическая проработка конспектов лекций, учебной и специальной литературы (по вопросам к темам занятий, разработанных преподавателем).<br>Написать реферат на тему «Имидж делового человека»<br>Написать эссе «SWOT-анализ собственного персонального бренда» | | | | | |
| **Тема 2. Базовые принципы презентаций** | **Содержание** | | | | | |
| | 1. Самопрезентация как психологический феномен. Обучение самопрезентации. Самоимиджирование как элемент самопрезентации. Принципы самопрезентации. | 3 | | | 3 | 2 |
| | 2. Стратегии самопрезентации и их характеристика Техники управления впечатлением. Техники самоподачи. Техники самопрезентации. | 3 | | | 3 | 2 |
| | 3. Стратегии самопрезентации и их характеристика Техники управления впечатлением. Техники самоподачи. Техники самопрезентации. Коммерческие презентации | 3 | 2 | | 1 | 2 |
| | 4. Основы убеждения. Формирование первого впечатления. | 3 | | | 3 | |
| | **Практическая работа** | | | | | |
| | 1. П/Р №1. Решение ситуационных задач на применение стратегий и техник управления впечатлением | 4 | | 2 | 2 | 3 |
| | **Самостоятельная работа** | | | | | |

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Систематическая проработка конспектов лекций, учебной и специальной литературы (по вопросам к темам занятий, разработанных преподавателем).<br>Подготовить сообщение на тему: Приемы психологической самоподготовки к презентации. Создать презентацию о себе (товаре, услуге, предприятии) в разных техниках | | | | | | |
| **Тема 3. Подготовка и планирование презентации** | **Содержание** | | | | | | |
| | 1 | Технология подготовки презентации. Психологические модели восприятия слушателями. Длительность и баланс времени | 3 | 2 | | 1 | 2 |
| | 2. | Анализ и классификация типичных ошибок публичного выступления. | 3 | | | 3 | 2 |
| | 3. | Риторическая часть публичного выступления | 3 | | | 3 | 2 |
| | 4. | Психологические модели восприятия слушателями. Длительность и баланс времени | 3 | | | 3 | 2 |
| | **Самостоятельная работа** | | | | | | |
| | Систематическая проработка конспектов лекций, учебной и специальной литературы (по вопросам к темам занятий, разработанных преподавателем).<br>Подготовить сообщение на тему: Приемы психологической самоподготовки к презентации. | | | | | | |
| **Тема 4 Проведение презентаций. Управление имиджем** | **Содержание** | | | | | | |
| | 1 | Компоненты выступления и их сочетания. | 3 | | | 3 | 2 |
| | 2 | Вербальный и невербальный уровень компонентов | 3 | | | 3 | 2 |
| | 3. | Типы ораторов. Работа с аудиторией, установление и удержание контакта | 3 | | | 3 | 2 |
| | 4. | Типы слушателей и их характеристика. Установление и удержание контакта. Ответы на вопросы | 3 | | | 3 | 2 |
| | 5 | Механизмы зрительного восприятия. | 3 | | | 3 | 2 |
| | 6. | Коммуникативные функции цвета. Признанные цветовые ассоциации. | 3 | | | 3 | 2 |
| | 7. | Иллюстрации: деловая графика, технические средства визуализации, динамическое изображение. | 3 | 2 | | 1 | 2 |
| | **Практическая работа** | | | | | | |
| | 1 | П/Р №2 Технология создания коммерческих презентаций для различных сфер деятельности. | 3 | | | 3 | 3 |
| | 2. | П/Р №3 Деловая игра «Тайм-менеджмент» | 3 | | | 3 | 3 |
| | **Самостоятельная работа** | | | | | | |
| | Систематическая проработка конспектов лекций, учебной и специальной литературы (по вопросам к темам занятий, разработанных преподавателем).<br>Подготовить сообщение на тему: Особенности построения бизнес-презентаций для различных целевых аудиторий по вариантам. Культура речи оратора | | | | | | |
| **Тема 5. Анализ проведенной презентации** | **Содержание** | | | | | | |
| | 1 | Критерии самостоятельной оценки. | 3 | | | 3 | 2 |
| | 2. | Показатели эффективности презентации | 3 | | | 3 | 2 |
| | **Практическая работа** | | | | | | |
| | 1 | П/Р №4 Анализ проведенной презентации. | 3 | | | 3 | 3 |

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | **Самостоятельная работа** | | | | | | |
| | Систематическая проработка конспектов лекций, учебной и специальной литературы (по вопросам к темам занятий, разработанных преподавателем).<br>Подготовить сообщение на тему: Ошибки при подготовке и проведении презентации | | | | | | |
| **Тема 6. Бренд-менеджмент** | **Содержание** | | | | | | |
| | 1 | Понятие, периоды развития, задачи и проблемы бренд-менеджмента. Принципы и методы бренд-менеджмента | 3 | 2 | | 1 | 2 |
| | 2. | Структура управления брендами. Корпоративный имидж, культура. отношения | 3 | | | 3 | 2 |
| | **Практическая работа** | | | | | | |
| | 1 | П/Р №5 Разработка брендбука и визитки организации для сферы ПСО. | 3 | | 2 | 2 | 3 |
| | **Самостоятельная работа** | | | | | | |
| | Систематическая проработка конспектов лекций, учебной и специальной литературы (по вопросам к темам занятий, разработанных преподавателем).<br>Подготовить сообщение на тему: Установление и удержание контакта. Ответы на вопросы | | | | | | |
| | **Контрольная работа** | | **2** | **2** | | | |
| | | **Всего:** | **84** | **12** | **4** | **68** | |

## 3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

**3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению**
Реализация учебной дисциплины требует наличия учебного кабинета менеджмента и экономики организации.
Оборудование учебного кабинета менеджмента и экономики организации:

- посадочные места по количеству обучающихся;
- рабочее место преподавателя, оборудованное персональным компьютером с лицензионным или свободным программным обеспечением, соответствующим разделам программы и подключенным к сети Internet и средствами вывода звуковой информации.

Технические средства обучения:

- мультимедиапроектор или мультимедийная доска.

**3.2. Информационное обеспечение обучения**
**Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы**

**а) Нормативные документы**

1. Конституция Российской Федерации [Электронный ресурс]: конституция: от 30.12.2008 N 6-ФКЗ / СПС «КонсультантПлюс» // ЗАО «КонсультантПлюс». – Электрон. текстовые дан. – Еженед. обновление.
2. Гражданский кодекс Российской Федерации Ч. 1,2,4 М: [Электронный ресурс]: кодекс: от 30 ноября 1994 года N 51-ФЗ (в ред. Постановлением Конституционного Суда РФ от 22.06.2017 N 16-П) / СПС «КонсультантПлюс» // ЗАО «КонсультантПлюс». – Электрон. текстовые дан. – Еженед. обновление.
3. Кодекс об административно-правовых нарушениях Российской Федерации [Электронный ресурс]: кодекс: от 30.12.2001 N 195-ФЗ (в ред. от 11.10.2018 N 364-ФЗ) / СПС «КонсультантПлюс» // ЗАО «КонсультантПлюс». – Электрон. текстовые дан. – Еженед. обновление.
4. О защите прав потребителей [Электронный ресурс] : закон Российской Федерации : от 07.02.92, № 2300-1 (в ред. от 04.06.2018 N 133-ФЗ) / СПС «КонсультантПлюс» // ЗАО «КонсультантПлюс». – Электрон. текстовые дан. – Еженед. обновление.
5. О рекламе [Электронный ресурс]: фед. закон: от 13.03.2006, №38-ФЗ (в ред. от 03.08.2018 N 325-ФЗ) / СПС «КонсультантПлюс» // ЗАО «КонсультантПлюс». – Электрон. текстовые дан. – Еженед. обновление.

**б) Основные источники**

1. Бороздина, Г. В. Психология общения : учебник и практикум для СПО / Г. В. Бороздина, Н. А. Кормнова ; под общ. ред. Г. В. Бороздиной. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 463 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-00753-4. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/17E15D39-446E-4D42-9C60-E5345C07660A.
2. Кафтан, В. В. Деловая этика : учебник и практикум для СПО / В. В. Кафтан, Л. И. Чернышова. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 301 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-03916-0. —

Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/7DEE8305-CF3D-4197-8C0E-1EABA8B47786.

3. Колышкина, Т. Б. Деловая культура : учебное пособие для СПО / Т. Б. Колышкина, И. В. Шустина. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 164 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-00996-5. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/B3FA7ABB-EC89-433D-86C1-4C3FBAA93251.
4. Кондратьева Т., Саламатов В. Имидж как точная наука/ Кондратьева Т., Саламатов В. –М.:Амфора,2017.-320с.
5. Коноваленко, М. Ю. Психология общения : учебник для СПО / М. Ю. Коноваленко, В. А. Коноваленко. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 468 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-5679-5. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/6C39BE04-3F3C-4372-A8E3-A482B0666AB9.
6. Лавриненко, В. Н. Деловая культура: учебник и практикум для СПО / В. Н. Лавриненко, Л. И. Чернышова, В. В. Кафтан ; под ред. В. Н. Лавриненко, Л. И. Чернышовой. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 118 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-08209-8. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/91868CCC-7F6D-409A-8350-01D27A5164E5.
7. Лавриненко, В. Н. Психология общения: учебник и практикум для СПО / В. Н. Лавриненко, Л. И. Чернышова ; под ред. В. Н. Лавриненко, Л. И. Чернышовой. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 350 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-9324-0. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/E18CFC86-DBD1-4B7F-ABA2-0A3DC7678291.
8. Трейси Брайан Сила бренда: искусство выделяться из толпы конкурентов и доминировать на рынке/ Брайан Трейси;[перевод с англ. А.Науменко].- Москва: СмартБукб 2015.-74с.

**в) Дополнительная литература**

1. Кузнецов, Павел Александрович. Современные технологии коммерческой рекламы [Текст] : практическое пособие / П. А. Кузнецов. - М.: Дашков и К, 2014. - 295 с.
2. Сутормина Л.И. Основы самопрезентации. Основы имиджелогии. –М.: Московская финансовая промышленная академия, 2015-85 с.-(Серия «Непрерывное образование»).
3. Антипов, К.В. Основы рекламы : учебник / К.В. Антипов. - 3-е изд. - М.: Дашков и Ко, 2015. - 326 с. : ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-02394-1; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=253783
4. Поляков, В.А. Основы рекламы : учебное пособие / В.А. Поляков, Г.А. Васильев. - М. : Юнити-Дана, 2015. - 718 с. - Библиогр. в кн. - ISBN 5-238-01059-1; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114432

**г) Периодические издания**

1. Маркетинг в России и за рубежом. [Электронный ресурс]. – режим доступа: http://www.mavriz.ru/
2. Маркетолог [Электронный ресурс]. – режим доступа: http://www.marketolog.ru/
3. Ассоциация брендинговых компаний России [Электронный ресурс]. – режим доступа: http://russianbranding.ru/
4. Коммерсантъ. Издательский дом [Электронный ресурс]. – режим доступа: http://www.kommersant.ru/
5. Самый Сок. [Электронный ресурс]. – режим доступа: http://www.samsok.ru/

**д) Интернет ресурсы:**

| № п/п | Наименование ресурса | Электронный адрес |
|---|---|---|
| 1. | Электронные книги: Реклама, PR, Маркетинг | http://lifeinbooks.net/biznes-knigi/marketing-pr-reklama/ |
| 2. | Информационный портал Basinform | http://www.bashinform.ru/ |
| 3. | Административно-управленческий портал | http://www.aup.ru/ |
| 4. | Сайт брендингового агентства Depot WPF | https://www.sostav.ru/ |

## 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Контроль и оценка результатов освоения дисциплины осуществляется преподавателем в процессе проведения практических занятий и лабораторных работ, тестирования, а также выполнения обучающимися индивидуальных заданий, проектов, исследований.

| **Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)** | **Формы и методы контроля и оценки результатов обучения** |
|---|---|
| ***Умения*** | |
| Определять параметры персонального бренда | Защита практической работы<br>Отчет по внеаудиторной самостоятельной работе |
| Выстраивать профиль ценностей бренда и сформировать навыки тематических презентаций и самопрезентаций | Защита практической работы<br>Отчет по внеаудиторной самостоятельной работе |
| Разрабатывать структуру и выстраивать логику доклада | Защита практической работы в виде презентации предприятия<br>Отчет по внеаудиторной самостоятельной работе |
| Взаимодействовать с аудиторией во время проведения презентации | Защита практической работы<br>Отчет по внеаудиторной самостоятельной работе |
| Разрабатывать презентации, их проводить и оценивать | Защита практической работы<br>Отчет по внеаудиторной |

| | |
|---|---|
| | самостоятельной работе |
| Обладать навыками вербальной и невербальной коммуникации | Защита практической работы |
| Обладать навыками анализа собственного поведения и действий других людей | Защита практической работы |
| ***Знания*** | |
| Понятие и основные характеристики персонального бренда | Текущий - Устный опрос<br>Итоговый – контрольная работа |
| Характеристику вербальных и невербальных коммуникаций | Текущий - Устный опрос<br>Итоговый - контрольная работа |
| Организацию и планирование селф - брендинга в различных техниках практической деятельности | Текущий - Тестовый опрос<br>Итоговый - контрольная работа |
| Современные подходы к разработке собственного стиля, бренда, презентации и самопрезентации | Текущий - Тестовый опрос<br>Итоговый - контрольная работа |

Формы и методы контроля и оценки результатов обучения должны позволять проверять у обучающихся сформированность профессиональных компетенций.

| **Результаты (освоенные профессиональные компетенции)** | **Основные показатели оценки результата** | **- Формы и методы контроля и оценки** |
|---|---|---|
| ПК 1.6. Консультировать граждан и представителей юридических лиц по вопросам пенсионного обеспечения и социальной защиты. | – точность определения параметров персонального бренда<br>– логично выстроен профиль ценностей персонального бренда<br>– четко сформированы навыки презентации и самопрезентации - правильность разработки презентации, ее проведения и оценка,<br>– эффективность анализа собственного поведения и действий других людей | Выполнение и защита практической работы в виде презентации |

Формы и методы контроля и оценки результатов обучения должны позволять проверять у обучающихся не только сформированность профессиональных компетенций, но и развитие общих компетенций и обеспечивающих их умений.

| Результаты (освоенные общие компетенции) | Основные показатели оценки результата | Формы и методы контроля и оценки |
|---|---|---|
| ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес. | - демонстрация интереса к будущей профессии | Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы |
| ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество. | - выбор и применение методов и способов решения профессиональных задач в области обслуживания покупателей;<br>- оценка эффективности и качества выполнения; | Наблюдение за деятельностью студента в процессе обучения |
| ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность. | Умение принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность. | Наблюдение за деятельностью студента в процессе обучения |
| ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития. | - эффективный поиск необходимой информации;<br>- использование различных источников, включая электронные | Наблюдение за деятельностью студента в процессе обучения |
| ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности | - использование информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности | Наблюдение за деятельностью студента в процессе обучения |
| ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями | - взаимодействие со студентами, преподавателями;<br>- проявлять организаторские и управленческие навыки. | Наблюдение за деятельностью студента в процессе обучения |
| ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий. | - проявлять организаторские и управленческие навыки;<br>- организация работы трудового коллектива | Наблюдение за деятельностью студента в процессе обучения |
| ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать | - самоанализ и коррекция результатов собственной работы<br>- организация самостоятельных занятий при освоении дисциплины | Наблюдение за деятельностью студента в процессе обучения |

| | | |
|---|---|---|
| повышение квалификации. | | |
| ОК 9. Ориентироваться в условиях постоянного изменения правовой базы. | - проявление интереса к инновациям в области профессиональной деятельности | Наблюдение за деятельностью студента в процессе обучения |
| ОК 10. Соблюдать основы здорового образа жизни, требования охраны труда | - способность соблюдать основы здорового образа жизни, требования охраны труда | Наблюдение за деятельностью студента в процессе обучения |
| ОК 11. Соблюдать деловой этикет, культуру и психологические основы общения, нормы и правила поведения. | - соблюдать деловой этикет, культуру и психологические основы общения. | Наблюдение за деятельностью студента в процессе обучения |
| ОК 12. Проявлять нетерпимость к коррупционному поведению | - способность проявлять нетерпимость к коррупционному поведению | Наблюдение за деятельностью студента в процессе обучения |

## 5. ПЕРЕЧЕНЬ КОМПЕТЕНЦИЙ

Юрист (базовой подготовки) должен обладать общими компетенциями, включающими в себя способность:

ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.

ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.

ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.

ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.

ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.

ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.

ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.

ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.

ОК 9. Ориентироваться в условиях постоянного изменения правовой базы.

ОК 10. Соблюдать основы здорового образа жизни, требования охраны

труда.

ОК 11. Соблюдать деловой этикет, культуру и психологические основы общения, нормы и правила поведения.

ОК 12. Проявлять нетерпимость к коррупционному поведению.

Юрист (базовой подготовки) должен обладать профессиональными компетенциями, соответствующими видам деятельности:

ПК 1.6. Консультировать граждан и представителей юридических лиц по вопросам пенсионного обеспечения и социальной защиты.

## 6. ПРОМЕЖУТОЧНАЯ АТТЕСТАЦИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

По итогам изучения дисциплины предусмотрена контрольная работа. Контрольная работа состоит из 6 вариантов по 3 задания (2 теоретических, 1 практический).

**Примерные теоретические вопросы для контрольной работы**

1. Дайте характеристику бренда, охарактеризуйте основное его значение
2. Охарактеризуйте основные законы брендинга.
3. Раскройте фирменный стиль как составную часть брендинга.
4. Охарактеризуйте основные направления: отличительность, значимость и последовательность, как характеристику персонального бренда.
5. Раскройте понятие репутации бренда.
6. Охарактеризуйте технологию создания вашего собственного бренда.
7. Назовите основную модель параметров персонального бренда. Раскройте эволюцию параметров персонального бренда.
8. Назовите основные составляющие формирования профиля ценностей бренда. Дайте понятие аутентичность как норма бренда
9. Раскройте основы формирования картины бренда. Дайте ориентиры бренда
10. Раскройте основную структуру персонального бренда.
11. Раскройте механизм системы управления персонального бренда.
12. Раскройте классификацию инструментов бренд-менеджмента (инструкции, специальные меры, признание и поощрение).
13. Дайте характеристику основных стратегий персонального бренда.
14. Раскройте сферы применения навыков презентации: цели, задачи, виды.
15. Дайте характеристику основ убеждения, управление первым впечатлением.
16. Охарактеризуйте самопрезентацию как психологический феномен. Назовите основные стратегии самопрезентаций.
17. Опишите технологию подготовки презентации.
18. Охарактеризуйте длительность и баланс времени, организация пространства.
19. Опишите методы моделирования аудиторий.
20. Охарактеризуйте риторические части публичного выступления.
21. Охарактеризуйте сочетание вербального и невербального поведения.

22. Опишите кратко невербальный уровень коммуникаций: проксемика, мимика, жесты, поза, зрительный контакт, внешний вид, интонация, голос, тактильный контакт.
23. Охарактеризуйте типы ораторов, опишите работу с аудиторией.
24. Опишите процесс установления и удержание контакта. Ответы на вопросы.
25. Опишите технику аргументации. Способы «оживления» презентации.
26. Раскройте механизм зрительного восприятия. Композиционные функции цвета.
27. Опишите критерии самостоятельной оценки и показатели эффективности.
28. Раскройте понятие, принципы бренд - менеджмента.
29. Раскройте характеристику основных методов бренд - менеджмента, опишите сферы их применения.
30. Раскройте понятие корпоративный имидж как научное понятие, назовите основные типологии корпоративного имиджа.
31. Опишите базовые модели корпоративного имиджа.
32. Дайте характеристику внешней и внутренней корпоративной культуры.
33. Опишите основные факторы, способствующие формированию корпоративных отношений.
34. Назовите и дайте краткую характеристику механизмов формирования корпоративной культуры.
35. Дайте характеристику общих подходов технологии создания корпоративного имиджа.

**Примерные практические вопросы для контрольной работы**

1. Составление презентации по заданию преподавателя
2. Составление бизнес- презентации по заданию преподавателя для различных целевых аудиторий.
3. Составление структуры устойчивого персонального бренда по заданию преподавателя.
4. Провести SWOT – анализ персонального бренда.
5. Разработка бренбука по заданию преподавателя для разных сфер применения.
6. Пользуясь базовыми моделями корпоративного имиджа и знаниями о корпоративной культуре, создайте проект деятельности фирмы (организации). Результаты изложите в соответствии с планом:
   - Название фирмы:
   - Сфера деятельности:
   - Количество сотрудников:
   - Перспективный план формирования корпоративного имиджа:

| №п/п | Направление деятельности фирмы по формированию имиджа | Содержание деятельности (мероприятия) | Ресурсы(средства)и исполнители (название всего подразделения или должность конкретного лица) |
|---|---|---|---|
| | | | |

7. Пользуясь базовыми моделями корпоративного имиджа и знаниями о корпоративной культуре, опишите деятельность фирмы (организации, Нашего учебного заведения ).

**Критерии оценки:**

«Отлично» - за правильное выполнение всех теоретических вопросов и практического задания;

«Хорошо» - за правильное выполнение любого теоретического вопроса и практического задания или неполное раскрытие двух теоретических вопросов и выполнение практического задания;

«Удовлетворительно» - за неполное раскрытие одного вопроса и выполнение практического задания или за раскрытие двух теоретических вопросов;

«Неудовлетворительно» - за выполнение задания, менее половины.