Частное профессиональное образовательное учреждение
Вологодский кооперативный колледж

Рабочая программа учебной дисциплины

Селф-брендинг

42.02.01 Реклама

Форма обучения: очная

Вологда – 2020

Рассмотрена на заседании цикловой комиссии организации и технологии ведения бизнеса
Протокол №1 от «02» сентября 2020 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 42.02.01.Реклама

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

Ген. дир ООО "Корнилий" _____ Афоремова Ю.А.
место работы, должность *подпись* *ФИО*

МП

СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ 4
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ 4
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ 8
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ 10
5. ПЕРЕЧЕНЬ КОМПЕТЕНЦИЙ 14
6. ПРОМЕЖУТОЧНАЯ АТТЕСТАЦИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ 15

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 42.02.01. Реклама.

1.2. Место дисциплины в структуре программы подготовки специалистов среднего звена: входит в цикл общепрофессиональных дисциплин.

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

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:

Рабочая программа учебной дисциплины рассчитана на **84** часа максимальной учебной нагрузки обучающегося, в том числе: обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося **56** часов; самостоятельной работы обучающегося **28** часов.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов
Максимальная учебная нагрузка (всего)	84
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	56
в том числе:	
практические занятия	10
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	28
Промежуточная аттестация в форме контрольной работы	

2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины Селф-брендинг

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 характеристики ПБ	3	2		1	1
	2. Основные концепции бренда Значение бренда. Образы нашем сознании. Законы брендинга. Качество количество	3	2		1	2
	3. Фирменный стиль - ка составная часть брендинга.	3	2		1	
	Самостоятельная работа обучающихся					
	Систематическая проработка конспектов лекций, учебной и специальной литературы (по вопросам к темам занятий, разработанных преподавателем). Написать реферат на тему «Имидж делового человека» 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 обучающихся						
	Систематическая проработка конспектов лекций, учебной и специальной литературы (по вопросам к темам занятий, разработанных преподавателем). 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.	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 обучающихся						
	Систематическая проработка конспектов лекций, учебной и специальной литературы (по вопросам к темам занятий, разработанных преподавателем). 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 на основе анализа рынка.	3		2	1	3
	2.	П/Р №3 Деловая игра «Тайм-менеджмент»	3		2	1	3
	Самостоятельная работа обучающихся						
	Систематическая проработка конспектов лекций, учебной и специальной литературы (по вопросам к темам занятий, разработанных преподавателем). Подготовить сообщение на тему: Особенности построения бизнес-презентаций для различных целевых аудиторий,., Культура речи оратора (по вариантам)						
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 обучающихся						
	Систематическая проработка конспектов лекций, учебной и специальной литературы (по вопросам к темам занятий, разработанных преподавателем). 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.	4		2	2	3
	Самостоятельная работа обучающихся						
	Систематическая проработка конспектов лекций, учебной и специальной литературы (по вопросам к темам занятий, разработанных преподавателем). Подготовить сообщение на тему: Установление и удержание контакта. Ответы на вопросы						
Контрольная работа			**2**	**2**			
		Всего:	**84**	**46**	**10**	**28**	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация учебной дисциплины требует наличия учебного кабинета социально-экономических дисциплин;

Оборудование учебного кабинета: 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, персональный компьютер с лицензионным программным обеспечением.

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 среднего профессионального образования / Г. В. Бороздина, Н. А. Кормнова ; под общей редакцией Г. В. Бороздиной. — Москва : Юрайт, 2020. — 463 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-00753-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/450947
2. Домнин, В. Н. Брендинг : учебник и практикум для среднего профессионального образования / В. Н. Домнин. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Юрайт, 2020. — 493 с. — (Профессиональное образование). — Текст : непосредственный.
3. Домнин, В. Н. Брендинг : учебник и практикум для среднего профессионального образования / В. Н. Домнин. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Юрайт, 2020. — 493 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13727-9. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/466562
4. Карпова, С. В. Основы маркетинга : учебник для среднего профессионального образования / С. В. Карпова ; под общей редакцией С. В. Карповой. — Москва : Юрайт, 2019. — 408 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-08748-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/426395
5. Кафтан, В. В. Деловая этика : учебник и практикум для среднего профессионального образования / В. В. Кафтан, Л. И. Чернышова. — Москва : Юрайт, 2020. — 301 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-03916-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/451155
6. Колышкина, Т. Б. Деловая культура : учебное пособие для среднего профессионального образования / Т. Б. Колышкина, И. В. Шустина. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Юрайт, 2020. — 163 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-08027-8. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/452668
7. Коноваленко, М. Ю. Психология общения : учебник и практикум для среднего профессионального образования / М. Ю. Коноваленко. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Юрайт, 2020. — 476 с. — (Профессиональное образование). — ISBN. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/450979
8. Лавриненко, В. Н. Деловая культура : учебник и практикум для среднего профессионального образования / В. Н. Лавриненко, Л. И. Чернышова, В. В. Кафтан ; под редакцией В. Н. Лавриненко, Л. И. Чернышовой. — Москва : Юрайт, 2020. — 118 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-08209-8. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/451050
9. Лавриненко, В. Н. Психология общения : учебник и практикум для среднего профессионального образования / В. Н. Лавриненко, Л. И. Чернышова ; под редакцией В. Н. Лавриненко, Л. И. Чернышовой. — Москва : Юрайт, 2020. — 350 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-9324-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/451052
10. Реброва, Н. П. Основы маркетинга : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Н. П. Реброва. — Москва : Юрайт, 2020. — 277 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-03462-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/450814

в) Дополнительная литература

1. Осовицкая, Нина. HR-брендинг: фокус на эффективность / Н. Осовицкая. - Санкт-

Петербург. : Питер , 2017г. - 36,[1] с. : ил. - (Серия "Деловой бестселлер"). - Текст: непосредственный.

2. Семенова, Л. М. Маркетинг в рекламе. Имиджбилдинг : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Л. М. Семенова. — Москва : Юрайт, 2020. — 141 с. — (Профессиональное образование). — Текст : непосредственный.
3. Семенова, Л. М. Маркетинг в рекламе. Имиджбилдинг : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Л. М. Семенова. — Москва : Юрайт, 2020. — 141 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11529-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/456619

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	Дифференцированный контроль, выполнение практических заданий, контрольных заданий, самостоятельная и домашняя работа
Выстраивать профиль ценностей бренда и сформировать навыки тематических презентаций и самопрезентаций	Дифференцированный контроль, выполнение практических заданий, контрольных заданий, самостоятельная и домашняя работа
Разрабатывать структуру и выстраивать логику доклада	Дифференцированный контроль, выполнение практических заданий,

	контрольных заданий, самостоятельная и домашняя работа
Взаимодействовать с аудиторией во время проведения презентации	Дифференцированный контроль, выполнение практических заданий, контрольных заданий, самостоятельная и домашняя работа
Разрабатывать презентации, их проводить и оценивать	Дифференцированный контроль, выполнение практических заданий, контрольных заданий, самостоятельная и домашняя работа
Обладать навыками вербальной и невербальной коммуникации	Дифференцированный контроль, выполнение практических заданий, контрольных заданий, самостоятельная и домашняя работа
Обладать навыками анализа собственного поведения и действий других людей	Дифференцированный контроль, выполнение практических заданий, контрольных заданий, самостоятельная и домашняя работа
Знания	Дифференцированный контроль, выполнение практических заданий, контрольных заданий, самостоятельная и домашняя работа
Понятие и основные характеристики персонального бренда	Дифференцированный контроль, выполнение практических заданий, контрольных заданий, самостоятельная и домашняя работа
Характеристику вербальных и невербальных коммуникаций	Дифференцированный контроль, выполнение практических заданий, контрольных заданий, самостоятельная и домашняя работа
Организацию и планирование селф - брендинга в различных техниках практической деятельности	Дифференцированный контроль, выполнение практических заданий, контрольных заданий, самостоятельная и домашняя работа
Современные подходы к разработке собственного стиля, бренда, презентации и самопрезентации	Дифференцированный контроль, выполнение практических заданий, контрольных заданий, самостоятельная и домашняя 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 1.4. Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений. .	– точность определения параметров персонального бренда – логично выстроен профиль ценностей персонального бренда (текстовка) – четко сформированы навыки презентации и самопрезентации – конструктивность межличностного общения в сложных ситуациях – Обладать навыками анализа собственного поведения и действий других людей	Наблюдение за выполнением заданий на учебных занятиях. Выполнение и защита практических работ
ПК 3.1. Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка.	– правильность разработки презентации, ее проведения и оценка, – эффективность анализа собственного поведения и действий других людей – эффективность презентации услуги на основе анализа рынка – Обладать навыками анализа собственного поведения и действий других людей	Наблюдение за выполнением заданий на учебных занятиях. Выполнение и защита практических работ.
ПК 3.2. Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта.	– Разрабатывать структуру и выстраивать логику доклада – Разрабатывать презентации, их проводить и оценивать – Обладать навыками вербальной и невербальной коммуникации – Обладать навыками анализа собственного поведения и действий других людей	Наблюдение за выполнением заданий на учебных занятиях. Выполнение и защита практических работ
ПК 4.1. Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей.	– Разрабатывать структуру и выстраивать логику доклада – Разрабатывать презентации, их проводить и оценивать – Обладать навыками вербальной и невербальной коммуникации	Наблюдение за выполнением заданий на учебных занятиях. Выполнение и защита практических работ

	– Обладать навыками анализа собственного поведения и действий других людей	
ПК 4.3.Готовить документы для регистрации авторского права на рекламный продукт.	– Разрабатывать структуру и выстраивать логику доклада – Разрабатывать презентации, их проводить и оценивать – Обладать навыками вербальной и невербальной коммуникации – Обладать навыками анализа собственного поведения и действий других людей	Наблюдение за выполнением заданий на учебных занятиях. Выполнение и защита практических работ

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.	– проявление устойчивого интереса к будущей профессии; – понимание сущности и социальной значимости будущей профессии	Наблюдение за выполнением заданий на учебных занятиях.
ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	– организация собственной деятельности – выбор методов и способов выполнения профессиональных задач – умение оценить эффективность и качество решаемых профессиональных задач	Наблюдение за выполнением заданий на учебных занятиях. Выполнение и защита практических работ.
ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.	– осуществление поиска информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития – использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития	Наблюдение за выполнением заданий на учебных занятиях. Выполнение и защита практических работ.

ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.	– умение работать в коллективе и команде, – умение эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.	Наблюдение за выполнением заданий на учебных занятиях.
ОК 7. Ставить цели, мотивировать деятельность подчиненных, организовывать и контролировать их работу с принятием на себя ответственности за результат выполнения заданий.	– умение ставить цели, мотивировать деятельность подчиненных, организовывать и контролировать их работу, брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), – умение брать на себя ответственность за результат выполнения заданий.	Наблюдение за выполнением заданий на учебных занятиях.
ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.	– умение самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, – умение заниматься самообразованием, – умение осознанно планировать повышение квалификации.	Наблюдение за выполнением заданий на учебных занятиях.
ОК 9. Быть готовым к смене технологий в профессиональной деятельности	– умение ориентироваться в условиях смены технологий в профессиональной деятельности.	Наблюдение за выполнением заданий на учебных занятиях.

5. ПЕРЕЧЕНЬ КОМПЕТЕНЦИЙ

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 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.

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

ОК 7. Ставить цели, мотивировать деятельность подчиненных, организовывать и контролировать их работу с принятием на себя ответственности за результат выполнения заданий.

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

ОК 9. Быть готовым к смене технологий в профессиональной деятельности.

ПК 1.4. Составлять и оформлять тексы рекламных объявлений.

ПК 3.1. Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка.

ПК 3.2. Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта.
ПК 4.1. Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей.
ПК 4.3.Готовить документы для регистраций авторского права на рекламный продукт.

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 (групп)на основе анализа рынка.
3. Составление структуры устойчивого персонального бренда по заданию преподавателя.
4. Провести SWOT – анализ персонального бренда.
5. Разработка брендбука 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 результата

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

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

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

Оценка «Неудовлетворительно» - за выполнение задания, менее половины.