Частное профессиональное образовательное учреждение
Вологодский кооперативный колледж

Рабочая программа учебной дисциплины

Селф-брендинг

43.02.15 Поварское и кондитерское дело

Форма обучения: очная

Вологда – 2019

Рассмотрена на заседании цикловой комиссии организации и технологии ведения бизнеса
Протокол № *1* от «*04*» сентября 20*19* 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 43.02.15. Поварское и кондитерское дело

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

ПК «Вологодская трапеза» Председатель правления _____ Карпач Ш. Т
Место работы, должность *подпись* *Ф.И.О.*

МП

Потребительский кооператив «Вологодская трапеза» ОГРН 1153525011280 ИНН 3525349520 г. Вологда
ПК «Вологодская трапеза»

СОДЕРЖАНИЕ

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

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 43.02.15. Поварское и кондитерское дело.

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: входит в цикл общепрофессиональных дисциплин..

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 рамках программы учебной дисциплины обучающимися осваиваются следующие умения и знания:

Код ПК, ОК	Умения	Знания
ПК 6.5 ОК 01 ОК 02 ОК 03 ОК 04 ОК 05 ОК 06 ОК 07 ОК 09 ОК 10 ОК 11	– 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.	– 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.

1.4. Рекомендуемое количество часов на освоение программы дисциплины по очной форме обучения:

Объем образовательной программы учебной дисциплины 34 часов, в том числе:

объем работы обучающихся во взаимодействии с преподавателем 30 часов;

самостоятельной работы обучающегося 2часа.

промежуточная аттестация в форме контрольной работы 2часа.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов
Объем образовательной программы учебной дисциплины	**34**
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	20
в том числе:	
практические занятия	10
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	2
Промежуточная аттестация контрольная работа	2

2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины

Селф-брендинг

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, практические работы, самостоятельная работа обучающихся		Объем часов	Коды компетенций
Тема 1. Параметры персонального бренда	**Содержание учебного материала**			
	1.	Теоретические основы формирования персонального бренда. Сущность и предназначение и характеристики ПБ	2	ОК 01-07, 09, 10, 11 ПК 6.5
	2.	Основные концепции бренда. Значение бренда. Образы в нашем сознании. Законы брендинга. Качество и количество Фирменный стиль - как составная часть брендинга.	2	
Тема 2. Базовые принципы презентаций	**Содержание учебного материала**			
	1.	Самопрезентация как психологический феномен. Обучение самопрезентации. Принципы самопрезентации.	2	ОК 01-07, 09, 10, 11 ПК 6.5
	2.	Стратегии самопрезентации и их характеристика Основы убеждения. Формирование первого впечатления. Техники управления впечатлением. Техники самоподачи. Техники самопрезентации. Коммерческие презентации	2	
	Практические работы			
	1.	П/Р №1. Решение ситуационных задач на применение стратегий и техник управления впечатлением	2	
Тема 3. Подготовка и планирование презентации	**Содержание учебного материала**			
	1	Технология подготовки презентации. Анализ и классификация типичных ошибок публичного выступления.	2	ОК 01-07, 09, 10, 11 ПК 6.5
	2.	Риторическая часть публичного выступления Психологические модели восприятия слушателями. Длительность и баланс времени	2	
Тема 4 Проведение презентаций. Управление имиджем. Анализ проведенной презентации	**Содержание учебного материала**			
	1	Компоненты выступления и их сочетания. Вербальный и невербальный уровень компонентов	2	ОК 01-07, 09, 10, 11 ПК 6.5
	2..	Типы ораторов. Работа с аудиторией, установление и удержание контакта Типы слушателей и их характеристика. Установление и удержание контакта. Ответы на вопросы	2	

	3	Механизмы зрительного восприятия. Коммуникативные функции цвета. Признанные цветовые ассоциации. Иллюстрации: деловая графика, технические средства визуализации, динамическое изображение. Критерии самостоятельной оценки. Показатели эффективности презентации	2	
	Практические работы			
	1	П/Р №2 Технология создания коммерческих презентаций для различных сфер деятельности.	2	
	2.	П/Р №3 Деловая игра «Тайм-менеджмент»	2	
	3	П/Р №4 Анализ проведенной презентации.	2	
Тема 5. Бренд-менеджмент	**Содержание учебного материала**			
	1	Понятие, периоды развития, задачи и проблемы бренд - менеджмента. Принципы и методы бренд – менеджмента. Структура управления брендами. Корпоративный имидж, культура, отношения	2	ОК 01-07, 09, 10, 11 ПК 6.5
	Практические работы			
	1	П/Р №5 Разработка брендбука и визитки организации.	2	
Самостоятельная работа обучающихся: Систематическая проработка конспектов учебных занятий, учебной и специальной литературы (по вопросам к темам занятий, разработанных преподавателем). Ответы на вопросы			**2**	ОК 01-07, 09, 10, 11 ПК 6.5
Промежуточная аттестация: контрольная работа			2	
		Всего:	**34**	

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.

3.2. Информационное обеспечение обучения

а) Нормативные документы

1. Гражданский кодекс Российской Федерации Ч. 1,2,3,4 М: [Электронный ресурс]: кодекс: от 30 ноября 1994 года N 51-ФЗ (в ред. Постановлением Конституционного Суда РФ от 08.03.2019 N 34-П, от 03.07.2019№ 26-П, от18.07.2019 №177-ФЗ) / СПС «КонсультантПлюс» // ЗАО «КонсультантПлюс». – Электрон. текстовые дан. – Еженед. обновление.
2. Трудовой кодекс Российской Федерации Трудовой кодекс Российской Федерации [Электронный ресурс]: кодекс: от 30 декабря 2001 г. N 197-ФЗ (ТК РФ) (Постановлением Конституционного Суда РФ от 15.12.2011 N 28-П) / СПС «КонсультантПлюс» // ЗАО «КонсультантПлюс». – Электрон. текстовые дан. – Еженед. обновление.
3. Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации [Электронный ресурс]: фед. закон: от 28.12.2009, № 381-ФЗ (в ред. от 03.07.2016 N 273-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 18.03.2019№ 38, от18.07.2019 N 191-ФЗ) / СПС «КонсультантПлюс» // ЗАО «КонсультантПлюс». – Электрон. текстовые дан. – Еженед. обновление.О рекламе [Электронный ресурс]: фед. закон: от 13.03.2006, №38-ФЗ (в ред. от 01.05.2019 N 89-ФЗ, от 01.05.) / 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. Карпова, С. В. Основы маркетинга : учебник для среднего профессионального образования / С. В. Карпова ; под общей редакцией С. В. Карповой. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 408 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-08748-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://biblio-online.ru/bcode/426395
3. 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.
4. 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.
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. Реброва, Н. П. Основы маркетинга : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Н. П. Реброва. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 277 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-03462-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://biblio-online.ru/bcode/433413

в) Дополнительная литература

1. Осовицкая, Нина. HR-брендинг: фокус на эффективность / Н. Осовицкая. - СПб. : Питер , 2017. - 36с. - Текст: непосредственный.
2. Семенова, Л. М. Маркетинг в рекламе. Имиджбилдинг : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Л. М. Семенова. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 141 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11529-1. — Текст

: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://biblio-online.ru/bcode/445521

3. Сутормина Л.И. Основы самопрезентации. Основы имиджелогии. –М.: Московская финансовая промышленная академия, 2015. - 85 с. - Текст: непосредственный.

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 , тестирования, а также выполнения обучающимися индивидуальных заданий, проектов, исследований.

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 6.5. Осуществлять инструктирование обучение поваров, кондитеров, пекарей и других категорий работников кухни.	– точность определения параметров персонального бренда – логично выстроен профиль ценностей персонального бренда – четко сформированы навыки презентации и самопрезентации - правильность разработки презентации, ее проведения и оценка, – 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. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности, применительно к различным контекстам	– демонстрация интереса к будущей профессии	Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы
ОК 2. Осуществлять поиск, анализ и интерпретацию информации, необходимой для выполнения задач профессиональной деятельности	– выбор и применение методов и способов решения профессиональных задач в области обслуживания покупателей; – оценка эффективности и качества выполнения;	Наблюдение за деятельностью студента в процессе обучения
ОК 3. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие.	– умение принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	Наблюдение за деятельностью студента в процессе обучения
ОК 4. Работать в коллективе и команде, эффективно взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами.	– эффективный поиск необходимой информации; – использование различных источников, включая электронные	Наблюдение за деятельностью студента в процессе обучения
ОК 5. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке с учетом особенностей социального и культурного контекста.	– использование информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности	Наблюдение за деятельностью студента в процессе обучения
ОК 6. Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных общечеловеческих ценностей.	– использование информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности	Наблюдение за деятельностью студента в процессе обучения
ОК 7. Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях.	– эффективный поиск необходимой информации; – использование различных источников, включая электронные	Наблюдение за деятельностью студента в процессе обучения
ОК 9. Использовать информационные технологии в профессиональной деятельности	– проявление интереса к инновациям в области профессиональной деятельности	Наблюдение за деятельностью студента в процессе обучения
ОК 10. Пользоваться профессиональной информацией на государственном и иностранном языке.	– проявление интереса к инновациям в области профессиональной деятельности	Наблюдение за деятельностью студента в процессе обучения
ОК 11. Планировать предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере.	– проявление интереса к инновациям в области профессиональной деятельности	Наблюдение за деятельностью студента в процессе обучения

5. 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 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 оценивания 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 менее одного задания контрольной работы.