

МИНПРОСВЕЩЕНИЯ РОССИИ  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования  
"Российский государственный профессионально-педагогический университет"  
Институт гуманитарного и социально-экономического образования  
Кафедра стиля и имиджа

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

**Б1.В.ДВ.01.03 БРЕНДИНГ**

Направление подготовки: 44.04.04 Профессиональное обучение (по отраслям)

Профиль подготовки: Креативные индустрии и менеджмент в образовании

Формы обучения: очная

Квалификация (степень) выпускника: Магистр

Объем: в зачетных единицах: 3 з.е.  
в академических часах: 108 ак.ч.

Проректор по образовательной  
деятельности

Л. К. Габышева

**Разработчики:**

Заведующий кафедрой стиля и имиджа, кандидат педагогических наук, доцент Краюхина О. Е.

## 1. Цель и задачи освоения дисциплины

Цель освоения дисциплины - формирование профессиональных компетенций, необходимых для развития личного бренда и понимания его коммуникативно-управленческой сущности, интерпретации механизмов самопрезентации в современном цифровом пространстве, а также в процессе выполнения функций профессионально-педагогической деятельности в области креативных индустрий.

Задачи изучения дисциплины:

- изучение исторических и социальных предпосылок формирования личного бренда как феномена современной культуры;
- формирование системы знаний о механизмах формирования личного бренда, механизмах самопрезентации при решении профессионально - педагогических задач;
- формирование умений анализировать конкурентную среду, определения риски и целевую аудиторию;
- освоение практических инструментов создания стратегии личного бренда..

## 2. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

*Компетенции, индикаторы и результаты обучения*

УК-6 Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки

УК-6.1 Осуществляет самоанализ и рефлекссию собственной деятельности, выбирает направления и способы ее совершенствования

*Знать:*

УК-6.1/Зн3 Теоретические основы саморазвития, самореализации; направления использования творческого потенциала собственной деятельности

УК-6.1/Зн4 Технологии и методы планирования и определения приоритетов собственной деятельности

*Уметь:*

УК-6.1/Ум1 Анализировать профессиональную деятельность на разных уровнях ее проявления

УК-6.1/Ум2 Выделять требования трудовой и профессиональной деятельности к ее субъекту

*Владеть:*

УК-6.1/Нв1 Навыками самоконтроля и самооценки разных параметров деятельности

ПК-ПЗ Способен осуществлять деятельность по проектированию, созданию и реализации образовательных, инновационных продуктов в области креативных индустрий

ПК-ПЗ.1 Организация и проведение исследований рынка услуг дополнительного образования детей и взрослых

*Знать:*

ПК-ПЗ.1/Зн4 Тенденции развития образования

*Уметь:*

ПК-ПЗ.1/Ум6 Обработать, анализировать и интерпретировать результаты изучения рынка услуг дополнительного образования детей и взрослых, привлекать к работе экспертов, организовывать обсуждение результатов

*Владеть:*

ПК-ПЗ.1/Нв1 Организация и (или) проведение изучения рынка услуг образования

### **3. Место дисциплины в структуре ОП**

Дисциплина Б1.В.ДВ.01.03 «Брендинг» относится к формируемой участниками образовательных отношений части образовательной программы и изучается в семестре(ах): 3.

Предшествующие дисциплины (практики) по связям компетенций:

Б1.О.02.02 Инновационные процессы в профессиональном и дополнительном образовании;

Б1.В.01.01 Маркетинг в сфере креативных индустрий;

Б1.О.01.01 Методология научного исследования в сфере креативных индустрий;

Б1.В.02.02 Методология проектной деятельности;

Б2.О.01(У) Ознакомительная практика;

Б1.О.02.01 Психология профессионализма;

Б1.О.02.05 Управление проектами в сфере профессионального и дополнительного образования;

Б2.О.02(П) Эксплуатационная практика;

Последующие дисциплины (практики) по связям компетенций:

Б1.В.ДВ.02.02 Анализ и интерпретация произведений искусства;

Б3.01(Д) Выполнение и защита выпускной квалификационной работы;

Б1.В.02.04 Креативные индустрии в цифровом пространстве;

Б2.О.03(П) Научно-исследовательская работа;

ФТД.02 Партнерство и коммуникации в сфере креативных индустрий;

Б2.О.04(П) Педагогическая практика;

Б2.В.01(Пд) Преддипломная практика;

Б1.В.ДВ.01.01 Сценарное мастерство;

Б2.О.05(П) Технологическая (проектно-технологическая) практика;

Б1.О.02.05 Управление проектами в сфере профессионального и дополнительного образования;

Б1.В.ДВ.02.03 Экосистема креативных индустрий;

В процессе изучения дисциплины студент готовится к видам профессиональной деятельности и решению профессиональных задач, предусмотренных ФГОС ВО и образовательной программой.

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

Период обучения	Общая трудоемкость (часы)	Общая трудоемкость (ЗЕТ)	Контактная работа (часы, всего)	Лабораторные занятия (часы)	Лекционные занятия (часы)	Самостоятельная работа (часы)	Промежуточная аттестация (часы)
Третий семестр	108	3	34	28	6	65	Зачет (9)
Всего	108	3	34	28	6	65	9

#### 5. Содержание дисциплины

##### 5.1. Разделы, темы дисциплины и виды занятий (часы промежуточной аттестации не указываются)

Наименование раздела, темы	Всего	Лабораторные занятия	Лекционные занятия	Самостоятельная работа
<b>Раздел 1. Персональный бренд. Создание и развитие.</b>	<b>99</b>	<b>28</b>	<b>6</b>	<b>65</b>
Тема 1.1. Основные понятия брендинга	14	6	2	6
Тема 1.2. Технологии создания персонального бренда	20	6	2	12
Тема 1.3. Инструменты позиционирования персонального бренда	40	8	2	30
Тема 1.4. PR и маркетинг персонального бренда	25	8		17
<b>Итого</b>	<b>99</b>	<b>28</b>	<b>6</b>	<b>65</b>

## 5. Содержание разделов, тем дисциплин

### **Раздел 1. Персональный бренд. Создание и развитие.**

#### *Тема 1.1. Основные понятия брендинга*

Понятие и сущность понятия «бренд». Исторические аспекты развития брендинга. Персональный и корпоративный бренд. Понятие персонального бренда. Современные подходы к толкованию понятия. Анализ успешных персональных брендов в области креативных индустрий. Понятия и сущность понятия «имиджа». Формирование исторических предпосылок и современные концепции имиджа. Функции имиджа. Имидж как: эстетическая категория, социальный феномен, экономическая категория.

#### *Тема 1.2. Технологии создания персонального бренда*

Пути формирования эффективного персонального бренда. Технологии создания персонального бренда. Характеристика персонального бренда в условиях развития креативных индустрий. Персональная стратегия создания и продвижения бренда. Основные проблемы в формировании персонального бренда.

#### *Тема 1.3. Инструменты позиционирования персонального бренда*

Стратегия профессионального роста персонального бренда в условиях развития креативных индустрий.

Характеристика понятия самопрезентация. Виды самопрезентации. Основные этапы самопрезентации, их характеристика. Технологии самопрезентации.

#### *Тема 1.4. PR и маркетинг персонального бренда*

Актуальные инструменты PR и продвижения, направленные на решение персональных профессионально-педагогических задач в сфере креативных индустрий. Понятие и сущность маркетинговых коммуникаций. Маркетинговые коммуникации. Психологические основы коммуникативного воздействия. Использование возможностей маркетинговых коммуникаций с целью позиционирования и продвижения персонального бренда.

## 6. Рекомендуемые образовательные технологии

Для изучения дисциплины используются различные образовательные технологии:

1. Технологии проведения занятий в форме диалогового общения, которые переводят образовательный процесс в плоскость активного взаимодействия обучающегося и педагога. Обучающийся занимает активную позицию и престаает быть просто слушателем семинаров или лекций. Технологии представлены: групповыми дискуссиями, конструктивный совместный поиск решения проблемы, тренинг (микрообучение и др.), ролевые игры (деловые, организационно-деятельностные, инновационные, коммуникативные и др.).
2. Технология обучения в сотрудничестве применяются при проведении семинарских, практических и лабораторных занятий, нацелены на совместную работу в командах или группах и достижение качественного образовательного результата.
3. Для организации процесса обучения и самостоятельной работы используются информационно-коммуникационные образовательные технологии, представленные в виде педагогических программных средств и электронной информационно-образовательной среды (ЭИОС). Технологии расширяют возможности образовательной среды, как разнообразными программными средствами, так и методами развития креативности обучаемых. К числу таких программных средств относятся моделирующие программы, поисковые, интеллектуальные обучающие, экспертные системы, программы для проведения деловых игр.

При реализации образовательной программы с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения:

- состав видов контактной работы по дисциплине (модулю), при необходимости, может быть откорректирован в направлении снижения доли занятий лекционного типа и соответствующего увеличения доли консультаций (групповых или индивидуальных) или иных видов контактной работы;

- информационной основой проведения учебных занятий, а также организации самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю) являются представленные в электронном виде методические, оценочные и иные материалы, размещенные в электронной информационно-образовательной среде (ЭИОС) университета, в электронных библиотечных системах и открытых Интернет-ресурсах;

- взаимодействие обучающихся и педагогических работников осуществляется с применением ЭИОС университета и других информационно-коммуникационных технологий (видеоконференцсвязь, облачные технологии и сервисы, др.);

- соотношение контактной и самостоятельной работы по дисциплине (модулю) может быть изменено в сторону увеличения последней, в том числе самостоятельного изучения теоретического материала.

## **7. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины**

### **7.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы**

#### *Основная литература*

1. Годин, А. М. Брендинг: учебное пособие / А. М. Годин. - 4-е, изд. - Москва: Дашков и К, 2016. - 184 - 978-5-394-02629-4. - Текст: электронный. // : [сайт]. - URL: <https://e.lanbook.com/book/93371> (дата обращения: 09.11.2023). - Режим доступа: по подписке
2. Грошев, И. В. Системный бренд-менеджмент: Учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям менеджмента и маркетинга / И. В. Грошев, А. А. Краснослободцев. - Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 655 - 978-5-238-02203-1. - Текст: электронный. // : [сайт]. - URL: <https://www.iprbookshop.ru/71225.html> (дата обращения: 09.11.2023). - Режим доступа: по подписке
3. Симонян,, Т. В. Брендирование: учебное пособие / Т. В. Симонян,, Ю. С. Князева,. - Брендирование - Ростов-на-Дону: Донской государственный технический университет, 2018. - 118 с. - 978-5-7890-1564-3. - Текст: электронный. // IPR SMART: [сайт]. - URL: <https://www.iprbookshop.ru/118026.html> (дата обращения: 28.06.2023). - Режим доступа: по подписке
4. Пигулевский,, В. О. История дизайна. Вещи и бренды: учебное пособие / В. О. Пигулевский,, А. С. Стефаненко,. - История дизайна. Вещи и бренды - Саратов: Вузовское образование, 2018. - 235 с. - 978-5-4487-0266-2. - Текст: электронный. // IPR SMART: [сайт]. - URL: <https://www.iprbookshop.ru/75952.html> (дата обращения: 28.06.2023). - Режим доступа: по подписке
5. Миллер, Д. Метод StoryBrand: Расскажите о своем бренде так, чтобы в него влюбились / Д. Миллер. - Москва: Альпина Паблишер, 2020. - 232 - 978-5-9614-2738-7. - Текст: электронный. // : [сайт]. - URL: <https://e.lanbook.com/book/163632> (дата обращения: 09.11.2023). - Режим доступа: по подписке

#### *Дополнительная литература*

1. Дайер, Д. Procter & Gamble. Путь к успеху: 165-летний опыт построения брендов / Д. Дайер, Ф. Далзелл, Р. Олгардио. - 3-е изд. - Москва: Альпина Паблишер, 2016. - 524 - 978-5-9614-5785-8. - Текст: электронный. // : [сайт]. - URL: <https://e.lanbook.com/book/87901> (дата обращения: 09.11.2023). - Режим доступа: по подписке
2. Побединская, Е. А. Технологии брендинга территории: Курс лекций / Е. А. Побединская, П. И. Срыбная. - Ставрополь: Северо-Кавказский федеральный университет, 2018. - 98 - Текст: электронный. // : [сайт]. - URL: <https://www.iprbookshop.ru/92765.html> (дата обращения: 09.11.2023). - Режим доступа: по подписке
3. де, Чернатони Брендинг. Как создать мощный бренд: учебник для студентов вузов,

обучающихся по специальностям 080111 «маркетинг», 080300 «коммерция», 070801 «реклама» / Чернатони де,, МакДональд Малькольм,; перевод Б. Л. Ерёмин. - Брендинг. Как создать мощный бренд - Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 559 с. - 5-238-00894-5. - Текст: электронный. // IPR SMART: [сайт]. - URL: <https://www.iprbookshop.ru/71210.html> (дата обращения: 28.06.2023). - Режим доступа: по подписке

5. Баранова, С. А. Основы брендинга: курс лекций и тестовые задания для студентов направления подготовки 42.03.01 «реклама и связи с общественностью» / С. А. Баранова. - Сочи: СГУ, 2018. - 98 - Текст: электронный. // : [сайт]. - URL: <https://e.lanbook.com/book/147813> (дата обращения: 09.11.2023). - Режим доступа: по подписке

6. Сайкин, Е. А. Основы брендинга: Учебное пособие / Е. А. Сайкин. - Новосибирск: Новосибирский государственный технический университет, 2016. - 55 - 978-5-7782-2906-8. - Текст: электронный. // : [сайт]. - URL: <https://www.iprbookshop.ru/91636.html> (дата обращения: 09.11.2023). - Режим доступа: по подписке

7. Шарков, Ф. И. Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг: учебное пособие / Ф. И. Шарков. - 3-е изд., стер. - Москва: Дашков и К, 2022. - 324 - 978-5-394-03519-7. - Текст: электронный. // : [сайт]. - URL: <https://e.lanbook.com/book/277271> (дата обращения: 09.11.2023). - Режим доступа: по подписке

8. Евстигнеева, Т. В. Основы бренд-менеджмента: практикум / Т. В. Евстигнеева. - Ульяновск: УлГТУ, 2022. - 151 - 978-5-9795-2225-8. - Текст: электронный. // : [сайт]. - URL: <https://e.lanbook.com/book/322859> (дата обращения: 09.11.2023). - Режим доступа: по подписке

## **7.2. Профессиональные базы данных и ресурсы «Интернет», к которым обеспечивается доступ обучающихся**

*Профессиональные базы данных*

Не используются.

*Ресурсы «Интернет»*

1. <http://eios.rsvpu.ru/> - Электронная информационно-образовательная среда РГППУ

## **7.3. Программное обеспечение и информационно-справочные системы, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине**

Информационные системы и платформы:

1. Система дистанционного обучения «Moodle».
2. Информационная система «Таймлайн».
3. Платформа для организации и проведения вебинаров «Mirapolis Virtual Room».

*Перечень программного обеспечения*

*(обновление производится по мере появления новых версий программы)*

Не используется.

*Перечень информационно-справочных систем*

*(обновление выполняется еженедельно)*

Не используется.

## **7.4. Специальные помещения, лаборатории и лабораторное оборудование**

Для лекционных, практических занятий

Учебная аудитория проектирования и методики обучения (12-211)

Для практических занятий

Учебная аудитория "Компьютерный класс" (11-314)

Для самостоятельной работы

Медиа-зал помещение для самостоятельной работы (2-229)