

**ОМСКИЙ ФИЛИАЛ
НЕГОСУДАРСТВЕННОГО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО
ЧАСТНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«МОСКОВСКИЙ ФИНАНСОВО-ПРОМЫШЛЕННЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ «СИНЕРГИЯ»**

УТВЕРЖДЕНО
на заседании Ученого совета Университета
«Синергия»
протокол № 4 от 26.04.2024 г.

УТВЕРЖДАЮ
Ректор Университета «Синергия»



А.И. Васильев
27.04.2024 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОГО ПРЕДМЕТА
«СОЗДАНИЕ И ПРОДВИЖЕНИЕ ЛИЧНОГО БРЕНДА»**

(наименование дисциплины (курса, учебного предмета) по учебному плану)

Москва 2024

1. Цель изучения учебного предмета

1. Целью освоения учебного предмета являются формирование знаний об основах разработки стратегии личного бренда, анализ собственных потребностей и целей, архетипирование.

2. Планируемые результаты обучения по учебному предмету

Перечень планируемых результатов обучения
Знать: - Основы разработки стратегии личного бренда, анализа собственных потребностей и целей, архетипирования.

3. Содержание учебного предмета

3.1. Распределение учебного времени, выделенного на контактную работу обучающихся с преподавателем, на самостоятельную работу обучающихся и учебные часы с использованием дистанционных образовательных технологий

Общая трудоемкость (объем) учебного предмета составляет 35 академических часов.

Продолжительность: 4 недели.

Недельная нагрузка: 7-9 часов в неделю.

Предварительный режим занятий: 5 дней в неделю по 1-1,5 часа.

1	Наименование тем (курса, учебного предмета)	Общая трудоемкость, ч.	Всего, ч.	Контактная работа, ч			Учебные занятия с применением дистанционных технологий, ч	Самостоятельная работа, ч	Форма аттестации
				Лекции	Лабораторные работы	Практические, семинарские занятия и др. занятия			
1.	Тема 1. Распаковка	7	0	0	0	0	5	2	-
2.	Тема 2. Архетипы	26	0	0	0	0	16	10	-
	Промежуточная аттестация	2	0	0	0	0	0	0	Зачет
	Итого:	35	0	0	0	0	21	12	2

3.2. Содержание тем учебного предмета

Тема 1. «Распаковка»

- анализ собственных потребностей, цели и задачи личного брендинга;
- распаковка персоны для проработки личного бренда;
- целевая аудитория и анализ спроса на рынке;
- главные ошибки при построении личного бренда и стратегия.

Тема 2. «Архетипы»

- история становления архетипов;
- преимущества системы бренд-архетипов в личном брендинге;
- способы определения архетипов и их виды;
- способы создания личного бренда по системе архетипов.

4. Учебно-методическое и информационное обеспечение (курса, учебного предмета)

№ п/п	Вид и наименование литературы
Основная	
Учебники	
	Шевченко, Д. А. Управление брендом : учебник : [16+] / Д. А. Шевченко, Е. В. Пономарева. – Москва : Директ-Медиа, 2022. – 344 с.
Учебные пособия	
	Синявец, Т. Д. Бренд-менеджмент : учебник для бакалавров по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент» : [16+] / Т. Д. Синявец ; Омский государственный университет им. Ф. М. Достоевского. – Омск : Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского (ОмГУ), 2024. – 207 с.
Электронные учебные пособия	
	Шевченко, Д. А. Основы современного маркетинга : учебник : [16+] / Д. А. Шевченко. – 4-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2024. – 614 с.
Дополнительная	
	Шевченко, Д. А. Маркетинг услуг : учебник для вузов : [16+] / Д. А. Шевченко. – Москва : Директ-Медиа, 2024. – 192 с.
	Домнин, В. Н. Брендинг : учебник и практикум для вузов / В. Н. Домнин. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 493 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13539-8.
	Пономарёва, Е. А. Бренд-менеджмент : учебник и практикум для вузов / Е. А. Пономарёва. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 341 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9046-1.
Информационное обеспечение	
	Гарант http://www.garant.ru
	Образовательная платформа lms.synergy.ru
	ЭБС Юрайт urait.ru

5. Учебно-материальная база, необходимая для осуществления образовательного процесса по (курсу, учебному предмету)

Материально-техническое обеспечение учебного предмета включает в себя:

- персональный компьютер/мобильное устройство (обучающийся)

- обеспечивает самостоятельно) с любой операционной системой, позволяющей использовать браузеры и подключаться к сети «Интернет»;
- стандартный пакет офисных программ (обучающийся обеспечивает самостоятельно, полный список возможно уточнить у куратора программы);
 - обеспечение доступа в электронную информационно-образовательную среду Университета - lms.synergy.ru;
 - обеспечение доступа в электронную библиотеку urait.ru.

6. Методические рекомендации (указания, материалы) для преподавателей и обучающихся

В процессе освоения учебного предмета используются такие виды учебных занятий и работ как: учебные занятия с применением дистанционных технологий, самостоятельная работа.

Методические указания для обучающихся при обучении в виде занятий с применением ДОТ

В процессе занятий с ДОТ рекомендуется вести конспект, что позволит впоследствии вспомнить изученный учебный материал, выполнить самостоятельную работу.

Желательно оставить в рабочих конспектах поля, на которых делать пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанного занятия с применением ДОТ.

Занятия с применением ДОТ имеют логическое завершение, роль которого выполняет заключение. Также в завершении занятия с применением ДОТ преподаватель знакомит обучающихся с литературой (основной, дополнительной), с практическими заданиями для самостоятельной работы и даёт рекомендации по их выполнению. Полученную информацию целесообразно кратко и лаконично записывать.

Методические указания для преподавателей при проведении занятий с применением ДОТ

Занятия с применением ДОТ (далее занятие) – систематическое, последовательное изложение преподавателем учебного материала, записанное на видеокамеру.

Содержание тем занятий должно соответствовать цели учебного предмета и способствовать достижению планируемых результатов обучения по нему.

Объяснение нового материала рекомендуется начать с актуализации ранее изученных обучающимися тем, а также раскрытия цели и задач занятия. Затем перейти к его основной части, в которой формируются планируемые результаты обучения (знания) по учебному предмету.

Завершается занятие выводами по изученной теме. В этой части необходимо подчеркнуть, что обучающийся узнал нового на основе учебных элементов занятия. Также преподавателю необходимо ознакомить

обучающихся с литературой (основной, дополнительной), с практическими заданиями и дать рекомендации по их выполнению.

Методические указания для обучающихся по выполнению самостоятельной работы

По мере прослушивания занятий в видеозаписи, слушатель последовательно выполняет самостоятельную работу, в которую входят: изучение рекомендованной (обязательной и дополнительной) литературы, выполнение заданий.

Прежде чем приступать к выполнению самостоятельной работы, слушателю необходимо подготовить оформленные в процессе занятий записи конспектов.

В ходе выполнения самостоятельной работы необходимо следовать рекомендациям, полученным от преподавателя в конце занятия, использовать материал занятий и конспекты, оформленные по ним, рекомендованную литературу.

Методические указания для преподавателей по организации самостоятельной работы

Для организации самостоятельной работы обучающихся преподаватель задания, направленные на формирование и закрепление полученных знаний по учебному предмету. Задания с указаниями размещаются на платформе электронного обучения lms.synergy.ru.

7. Оценочные материалы для промежуточной аттестации обучающихся по (курсу, учебному предмету)

7.1. Промежуточная аттестация

Форма проведения промежуточной аттестации – зачет.

Порядок проведения промежуточной аттестации: проводится дистанционно, предполагает сдачу отчета о выполнении 8 заданий, направленных на оценку сформированности планируемых результатов обучения (знаний). Обучающийся получает задания в личном кабинете, выполняет их самостоятельно и сдает отчет на проверку. По результатам проверки обучающемуся выставляется оценка.

Примерный перечень практических заданий:

Задание 1 Напишите письменные ответы на вопросы и приложите ссылку на исследование, которое вы использовали:

- 1) Какой объем спроса на рынке (выраженный в денежном обороте, в среднем количестве заказов, в количестве запросов на одного исполнителя)?
- 2) Какие есть тренды в нише?

Задание 2 В Яндекс.Вордстат или в Google Trends ознакомьтесь с запросами на тему выбранной вами ниши, которые делают пользователи, выберите один инструмент.

Постарайтесь найти ответы:

- 1) Какие продукты ищут клиенты в нише?
- 2) Каких исполнителей ищут клиенты в нише?
- 3) Чем интересуются клиенты в нише?

Приложите скриншоты результатов ваших исследований в выбранном инструменте.

Задание 3 Исследуйте ваших конкурентов.

- 1) Найдите минимум два публика в социальных сетях или минимум пять объявлений на маркетплейсах услуг (Авито, Профи.ру, Яндекс.Услуги или любом другом) от ваших конкурентов.
- 2) Выпишите три основных предложения/бонуса/преимущества, которые конкуренты предлагают своим (и потенциально вашим) клиентам.
- 3) Также приложите скриншоты найденных пабликов или объявлений.

Задание 4 Напишите письменные ответы на вопросы:

- 1) Что может отличать вас от конкурентов?
- 2) Какие тренды вы хотите использовать, чтобы привлекать к себе больше внимания со стороны клиентов?
- 3) Какие «боли» или запросы клиентов вы можете решить с помощью ваших услуг?
- 4) Вокруг каких ваших личных качеств вы хотели бы строить ваш профессиональный бренд?

Задание 5 Пройти предложенные тесты на архетипы, чтобы определить начальные гипотезы о своем архетипе.

<https://elens-way.com/test>

<https://psychiatry-test.ru/test/test-na-12-arhetipov/>

Задание 6 Выпишите результаты тестов и подумайте, какие из качеств, описанных в результатах, характерны именно для вас. Составьте треугольник архетипов, по примеру из изученных ранее лекций.

Задание 7 Составьте таблицу ценностей, сформировав о себе, как о личности, всю смысловую составляющую ДНК бренда с помощью изображений.

Критерии оценивания практических заданий

№ задания	Критерии оценивания	Результат за задание в баллах
1.	Обучающийся нашел и проанализировал хотя бы одно открытое исследование в выбранной нише и ответил на вопросы – 10 баллов, не выполнен как минимум один из критериев – 0 баллов.	0-10 баллов
2.	Обучающийся приложил скрины исследований трендов и запросов клиентов в Яндекс.Вордстат и(или) Google Trends – 10 баллов, не выполнен как минимум один из критериев – 0 баллов.	0-10 баллов
3.	Обучающийся нашел 2 паблика и/или 5 объявлений от исполнителей-конкурентов и выписал их преимуществ, отличительные особенности – 10 баллов, не выполнен как минимум один из критериев – 0 баллов.	0-10 баллов
4.	Обучающийся смог(ла) описать свое первичное профессиональное позиционирование, ответив на все вопросы – 20 баллов, нет ответа как минимум на один вопрос – 0 баллов.	0-20 баллов
5.	Выполнены оба теста, зафиксированы оба результата – 20 баллов, не выполнен как минимум один из критериев – 0 баллов.	0-20 баллов
6.	Представлены описание полученных архетипов и их связь с личными качествами и обоснование выбора конкретного архетипа – 15 баллов, не выполнен как минимум один из критериев – 0 баллов.	0-15 баллов
7.	Представлены таблица ценностей, коллаж с ДНК бренда – 15 баллов, не выполнен как минимум один из критериев – 0 баллов.	0-15 баллов
Общий результат в баллах		0-100 баллов

Критерии оценивания промежуточной аттестации:

Перевод полученных баллов по результатам тестирования и отчеты о выполнении практических заданий в отметку производится следующим образом:

90 -100 баллов «отлично»/«зачтено»;

70 - 89 баллов «хорошо»/«зачтено»;

50 - 69 баллов «удовлетворительно»/«зачтено»;

менее 50 баллов «неудовлетворительно»/«не зачтено».

**ОМСКИЙ ФИЛИАЛ
НЕГОСУДАРСТВЕННОГО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО
ЧАСТНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«МОСКОВСКИЙ ФИНАНСОВО-ПРОМЫШЛЕННЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ «СИНЕРГИЯ»**

УТВЕРЖДЕНО
на заседании Ученого совета Университета
«Синергия»
протокол № 4 от 26.04.2024 г.

УТВЕРЖДАЮ
Ректор Университета «Синергия»

А.И. Васильев
27.04.2024 г.



**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОГО ПРЕДМЕТА
«УПАКОВКА»**

(наименование дисциплины (курса, учебного предмета) по учебному плану)

1. Цель изучения учебного предмета

1. Целью освоения учебного предмета является формирование знаний, умений и владения навыками выстраивать работать с социальными сетями, репутацией.

2. Планируемые результаты обучения по учебному предмету

Перечень планируемых результатов обучения
<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none">- Инструменты продвижения в социальных сетях;- Аудиторию различных социальных медиа;- Правила написания и редактирования текстов, подготовки речи для выступлений. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none">- Составлять рекламный контент, привлекательный для своей целевой аудитории. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none">- Навыком составления текстов для рекламного контента и выступлений;- Навыком составления списка площадок в социальных медиа для дальнейшего продвижения личного бренда в них.

3. Содержание учебного предмета

3.1. Распределение учебного времени, выделенного на контактную работу обучающихся с преподавателем, на самостоятельную работу обучающихся и учебные часы с использованием дистанционных образовательных технологий

Общая трудоемкость (объем) учебного предмета составляет 9 академических часов.

Продолжительность: 2 недели.

Недельная нагрузка: 7-9 часов в неделю.

Предварительный режим занятий: 5 дней в неделю по 1-1,5 часа.

1	Наименование тем (курса, учебного предмета)	Общая трудоемкость, ч.	Всего, ч.	Контактная работа, ч			Учебные занятия с применением дистанционных технологий, ч	Самостоятельная работа, ч	Форма аттестации
				Лекции	Лабораторные работы	Практические, семинарские занятия и др. занятия			
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1.	Упаковка	7	0	0	0	0	5	2	-
	Промежуточная аттестация	2	0	0	0	0	0	0	Зачет
	Итого:	9	0	0	0	0	5	2	2

3.2. Содержание тем учебного предмета

Тема 1. «Упаковка»

- виды и основные принципы упаковки;
- работа с визиткой и лендингом, оформление и создание контента;
- изучение инструментов упаковки – вовлекающие тексты, создание и обработка графических материалов (фото, коллажи).

4. Учебно-методическое и информационное обеспечение (курса, учебного предмета)

№ п/п	Вид и наименование литературы
Основная	
Учебники	
	Шевченко, Д. А. Управление брендом : учебник : [16+] / Д. А. Шевченко, Е. В. Пономарева. – Москва : Директ-Медиа, 2022. – 344 с.
Учебные пособия	
	Синявец, Т. Д. Бренд-менеджмент : учебник для бакалавров по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент» : [16+] / Т. Д. Синявец ; Омский государственный университет им. Ф. М. Достоевского. – Омск : Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского (ОмГУ), 2024. – 207 с.
Электронные учебные пособия	
	Шевченко, Д. А. Основы современного маркетинга : учебник : [16+] / Д. А. Шевченко. – 4-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2024. – 614 с.
Дополнительная	
	Шевченко, Д. А. Маркетинг услуг : учебник для вузов : [16+] / Д. А. Шевченко. – Москва : Директ-Медиа, 2024. – 192 с.
	Домнин, В. Н. Брендинг : учебник и практикум для вузов / В. Н. Домнин. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 493 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13539-8.
	Пономарёва, Е. А. Бренд-менеджмент : учебник и практикум для вузов / Е. А. Пономарёва. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 341 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9046-1.
Информационное обеспечение	
	Гарант http://www.garant.ru
	Образовательная платформа lms.synergy.ru
	ЭБС Юрайт urait.ru

5. Учебно-материальная база, необходимая для осуществления образовательного процесса по (курсу, учебного предмету)

Материально-техническое обеспечение учебного предмета включает в себя:

- персональный компьютер/мобильное устройство (обучающийся обеспечивает себе самостоятельно) с любой операционной системой, позволяющей использовать браузеры и подключаться к сети «Интернет»;
- рекомендовано установить на персональный компьютер стандартный пакет офисных программ (полный список возможно уточнить у куратора программы);

- обеспечение доступа электронную информационно-образовательную среду Университета - lms.synergy.ru;
- обеспечение доступа в электронную библиотеку urait.ru.

6. Методические рекомендации (указания, материалы) для преподавателей и обучающихся

В процессе освоения учебного предмета используются такие виды учебных занятий и работ как: учебные занятия с применением дистанционных технологий, самостоятельная работа.

Методические указания для обучающихся при обучении в виде занятий с применением ДОТ

В процессе занятий с ДОТ рекомендуется вести конспект, что позволит впоследствии вспомнить изученный учебный материал, выполнить самостоятельную работу.

Желательно оставить в рабочих конспектах поля, на которых делать пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанного занятия с применением ДОТ.

Занятия с применением ДОТ имеют логическое завершение, роль которого выполняет заключение. Также в завершении занятия с применением ДОТ преподаватель знакомит обучающихся с литературой (основной, дополнительной), с практическими заданиями для самостоятельной работы и даёт рекомендации по их выполнению. Полученную информацию целесообразно кратко и лаконично записывать.

Методические указания для преподавателей при проведении занятий с применением ДОТ

Занятия с применением ДОТ (далее занятие) – систематическое, последовательное изложение преподавателем учебного материала, записанное на видеокамеру.

Содержание тем занятий должно соответствовать цели учебного предмета и способствовать достижению планируемых результатов обучения по нему.

Объяснение нового материала рекомендуется начать с актуализации ранее изученных обучающимися тем, а также раскрытия цели и задач занятия. Затем перейти к его основной части, в которой формируются планируемые результаты обучения (знаний, умений и владений навыками) по учебному предмету.

Завершается занятие выводами по изученной теме. В этой части необходимо подчеркнуть, что обучающийся узнал нового на основе учебных элементов занятия. Также преподавателю необходимо ознакомить обучающихся с литературой (основной, дополнительной), с практическими заданиями и дать рекомендации по их выполнению.

Методические указания для обучающихся по выполнению самостоятельной работы

По мере прослушивания занятий в видеозаписи, слушатель последовательно выполняет самостоятельную работу, в которую входят: изучение рекомендованной (обязательной и дополнительной) литературы, выполнение практических заданий.

Прежде чем приступить к выполнению самостоятельной работы, слушателю необходимо подготовить оформленные в процессе занятий записи конспектов.

В ходе выполнения самостоятельной работы необходимо следовать рекомендациям, полученным от преподавателя в конце занятия, использовать материал занятий и конспекты, оформленные по ним, рекомендованную литературу.

Методические указания для преподавателей по организации самостоятельной работы

Для организации самостоятельной работы обучающихся преподаватель готовит практические задания, направленные на формирование и закрепление полученных знаний, умений и владений навыками по учебному предмету. Практические задания с указаниями размещаются на платформе электронного обучения lms.synergy.ru.

7. Оценочные материалы для промежуточной аттестации обучающихся по (курсу, учебному предмету)

7.1. Промежуточная аттестация

Форма проведения промежуточной аттестации – зачет.

Порядок проведения промежуточной аттестации: проводится дистанционно, предполагает сдачу отчета о выполнении 7 практических заданий, направленных на оценку сформированности планируемых результатов обучения (знаний, умений и владений навыками). Обучающийся получает практические задания в личном кабинете, выполняет их самостоятельно и сдает на проверку. По результатам проверки обучающемуся выставляется оценка.

Примерный перечень практических заданий:

Задание 1 Выберите социальные сети или иные площадки для транслирования своего личного бренда. Мотивируйте данный выбор, почему именно эти площадки, опишите тип контента с которого планируете начать.

Задание 2 Создайте свой аккаунт в социальных сетях или в уже имеющемся аккаунте, заполните основную информацию о себе, оформите свой аккаунт с учетом ДНК вашего бренда и с учетом рекомендаций из предыдущих лекций.

Задание 3 Сделайте публикацию-знакомство с закрепом, о том, чем вы занимаетесь, прикрепите скриншот.

Задание 4 Ответьте на вопросы ниже. В ответах учитывайте результаты тестов на архетипы, а также рекомендации из видеолекций.

1. Какая цветовая гамма будет доминирующей на вашей аватарке?
2. Какое выражение лица у вас будет?
3. Вы будете добавлять какие-то атрибуты в кадр вокруг себя?
4. Какие эпитеты о себе вы хотите вызвать в сознании человека, который взглянет

на ваш аватар?

Задание 5 Напишите ник. Помните, что он должен быть запоминающимся и коротким.

Коротко опишите, почему вы выбрали такой ник: какое послание вы хотите донести вашей целевой аудитории?

Задание 6 Напишите, чем вы можете быть полезны для вашей целевой аудитории, напишите УТП для вашего бренда.

Задание 7 Продумайте ваш контент-план на 7 дней. Помните, что ваши публикации должны, во-первых, соответствовать вашему архетипу, а также вашей публичности: вы эксперт, родитель, ребенок? Будете ли вы демонстрировать свое альтер эго, тень?

Письменно ответьте на вопросы:

1. Напишите темы ваших публикаций на 7 дней. Количество тем будет равняться количеству публикаций в эти семь дней.
2. Для каждой темы опишите в трех предложениях: о чем будет публикация, какой визуальный ряд будет ее сопровождать (т.е. это будет картинка, видеоролик - и о чем они будут?).
3. Для каждой темы опишите в одном предложении, как эта публикация согласуется с вашим архетипом и выбранным типом публичности (по цветовой гамме, tone of voice, самой теме).

Критерии оценивания практических заданий

№ задания	Критерии оценивания	Результат за задание в баллах
1.	Подобраны социальные сети и приведены обоснование выбора и описание контента – 10 баллов, не выполнен как минимум один из пунктов – 0 баллов.	0-10 баллов
2.	Создан и оформлен согласно требованиям аккаунт – 10 баллов, не выполнен как минимум один из пунктов – 0 баллов.	0-10 баллов
3.	Сделана и закреплена публикация, прикреплен скриншот – 10 баллов, не выполнен как минимум один из пунктов – 0 баллов.	0-10 баллов
4.	Обучающийся описал аватар для странички своего профессионального личного бренда, ответив на все вопросы – 20 баллов, не выполнен как минимум один из пунктов – 0 баллов.	0-20 баллов
5.	Обучающийся написал свой ник для странички своего профессионального личного бренда и описал, почему выбрал именно такой ник – 15 баллов, не выполнен как минимум один из пунктов – 0 баллов.	0-15 баллов
6.	Обучающийся сформировал уникальное торговое предложение для странички своего профессионального личного бренда – 15 баллов, не выполнен как минимум один из пунктов – 0 баллов.	0-15 баллов

7.	Обучающийся составил контент-план для странички своего профессионального личного бренда и ответил на все три вопроса из шага – 20 баллов, не выполнен как минимум один из пунктов – 0 баллов.	0-20 баллов
Общий результат в баллах		0-100 баллов

Критерии оценивания промежуточной аттестации:

Перевод полученных баллов по результатам тестирования и отчеты о выполнении практических заданий в отметку производится следующим образом:

90 -100 баллов «отлично»/«зачтено»;

70 - 89 баллов «хорошо»/«зачтено»;

50 - 69 баллов «удовлетворительно»/«зачтено»;

менее 50 баллов «неудовлетворительно»/«не зачтено».

**ОМСКИЙ ФИЛИАЛ
НЕГОСУДАРСТВЕННОГО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО
ЧАСТНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«МОСКОВСКИЙ ФИНАНСОВО-ПРОМЫШЛЕННЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ «СИНЕРГИЯ»**

УТВЕРЖДЕНО
на заседании Ученого совета Университета
«Синергия»
протокол № 4 от 26.04.2024 г.

УТВЕРЖДАЮ
Ректор Университета «Синергия»



А.И. Васильев
27.04.2024 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОГО ПРЕДМЕТА
«ПРОДВИЖЕНИЕ»**

(наименование дисциплины (курса, учебного предмета) по учебному плану)

Москва 2024

1. Цель изучения учебного предмета

1. Целью освоения учебного предмета является воспитание индивидуальных потребностей в интеллектуальном совершенствовании через обучение выступать публично и прорабатывать мягкие навыки.

2. Планируемые результаты обучения по учебному предмету

Перечень планируемых результатов обучения
<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none">- Функционирование современных социальных медиа;- Основы коммуникаций, публичных выступлений. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none">- Анализировать тематику площадок в социальных медиа;- Использовать инструментарий современных социальных медиа. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none">- Навыком реагирования на вопросы и комментарии, коммуницировать с публикой, заказчиками, клиентами и т.д.

3. Содержание учебного предмета

3.1. Распределение учебного времени, выделенного на контактную работу обучающихся с преподавателем, на самостоятельную работу обучающихся и учебные часы с использованием дистанционных образовательных технологий

Общая трудоемкость (объем) учебного предмета составляет 44 академических часа.

Продолжительность: 6 недель.

Недельная нагрузка: 7-9 часов в неделю.

Предварительный режим занятий: 5 дней в неделю по 1-1,5 часа.

1	Наименование тем (курса, учебного предмета)	Общая трудоемкость, ч.	Всего, ч.	Контактная работа, ч			Учебные занятия с применением дистанционных технологий, ч	Самостоятельная работа, ч	Форма аттестации
				Лекции	Лабораторные работы	Практические, семинарские занятия и др. занятия			
2	3	4	5	6	7	8	9	10	
1.	Продвижение	17	0	0	0	0	11	6	-
2.	Soft skills	25	0	0	0	0	15	10	-
	Промежуточная аттестация	2	0	0	0	0	0	0	Зачет
	Итого:	44	0	0	0	0	26	16	2

3.2. Содержание тем учебного предмета

Тема 1. «Продвижение»

- управление репутацией и PR для личного бренда;
- работа с социальными сетями и платформами (Дзен, ВКонтакте, Rutube, YouTube, Telegram).

Тема 2. «Soft skills»

- техники убеждения и подготовка к выступлению;
- 4 компонента эффективной речи;
- контакт с аудиторией, выступление на камеру и 10 ошибок прямого эфира;
- самопрезентация.

4. Учебно-методическое и информационное обеспечение (курса, учебного предмета)

№ п/п	Вид и наименование литературы
Основная	
Учебники	
	Шевченко, Д. А. Управление брендом : учебник : [16+] / Д. А. Шевченко, Е. В. Пономарева. – Москва : Директ-Медиа, 2022. – 344 с.
Учебные пособия	
	Синявец, Т. Д. Бренд-менеджмент : учебник для бакалавров по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент» : [16+] / Т. Д. Синявец ; Омский государственный университет им. Ф. М. Достоевского. – Омск : Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского (ОмГУ), 2024. – 207 с.
Электронные учебные пособия	
	Шевченко, Д. А. Основы современного маркетинга : учебник : [16+] / Д. А. Шевченко. – 4-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2024. – 614 с.
Дополнительная	
	Шевченко, Д. А. Маркетинг услуг : учебник для вузов : [16+] / Д. А. Шевченко. – Москва : Директ-Медиа, 2024. – 192 с.
	Домнин, В. Н. Брендинг : учебник и практикум для вузов / В. Н. Домнин. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 493 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13539-8.
	Пономарёва, Е. А. Бренд-менеджмент : учебник и практикум для вузов / Е. А. Пономарёва. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 341 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9046-1.
Информационное обеспечение	
	Гарант http://www.garant.ru
	Образовательная платформа lms.synergy.ru
	ЭБС Юрайт urait.ru

5. Учебно-материальная база, необходимая для осуществления образовательного процесса по (курсу, учебного предмету)

Материально-техническое обеспечение учебного предмета включает в

себя:

- персональный компьютер/мобильное устройство (обучающийся обеспечивает себе самостоятельно) с любой операционной системой, позволяющей использовать браузеры и подключаться к сети «Интернет»;
- рекомендовано установить на персональный компьютер стандартный пакет офисных программ (полный список возможно уточнить у куратора программы);
- обеспечение доступа электронную информационно-образовательную среду Университета - lms.synergy.ru;
- обеспечение доступа в электронную библиотеку urait.ru.

6. Методические рекомендации (указания, материалы) для преподавателей и обучающихся

В процессе освоения учебного предмета используются такие виды учебных занятий и работ как: учебные занятия с применением дистанционных технологий, самостоятельная работа.

Методические указания для обучающихся при обучении в виде занятий с применением ДОТ

В процессе занятий с ДОТ рекомендуется вести конспект, что позволит впоследствии вспомнить изученный учебный материал, выполнить самостоятельную работу.

Желательно оставить в рабочих конспектах поля, на которых делать пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанного занятия с применением ДОТ.

Занятия с применением ДОТ имеют логическое завершение, роль которого выполняет заключение. Также в завершении занятия с применением ДОТ преподаватель знакомит обучающихся с литературой (основной, дополнительной), с практическими заданиями для самостоятельной работы и даёт рекомендации по их выполнению. Полученную информацию целесообразно кратко и лаконично записывать.

Методические указания для преподавателей при проведении занятий с применением ДОТ

Занятия с применением ДОТ (далее занятие) – систематическое, последовательное изложение преподавателем учебного материала, записанное на видеокамеру.

Содержание тем занятий должно соответствовать цели учебного предмета и способствовать достижению планируемых результатов обучения по нему.

Объяснение нового материала рекомендуется начать с актуализации ранее изученных обучающимися тем, а также раскрытия цели и задач занятия. Затем перейти к его основной части, в которой формируются планируемые результаты обучения (знаний, умений и владений навыками) по учебному предмету.

Завершается занятие выводами по изученной теме. В этой части необходимо подчеркнуть, что обучающийся узнал нового на основе учебных элементов занятия. Также преподавателю необходимо ознакомить обучающихся с литературой (основной, дополнительной), с практическими заданиями и дать рекомендации по их выполнению.

Методические указания для обучающихся по выполнению самостоятельной работы

По мере прослушивания занятий в видеозаписи, слушатель последовательно выполняет самостоятельную работу, в которую входят: изучение рекомендованной (обязательной и дополнительной) литературы, выполнение практических заданий.

Прежде чем приступить к выполнению самостоятельной работы, слушателю необходимо подготовить оформленные в процессе занятий записи конспектов.

В ходе выполнения самостоятельной работы необходимо следовать рекомендациям, полученным от преподавателя в конце занятия, использовать материал занятий и конспекты, оформленные по ним, рекомендованную литературу.

Методические указания для преподавателей по организации самостоятельной работы

Для организации самостоятельной работы обучающихся преподаватель готовит практические задания, направленные на формирование и закрепление полученных знаний, умений и владений навыками по учебному предмету. Практические задания с указаниями размещаются на платформе электронного обучения lms.synergy.ru.

7. Оценочные материалы для промежуточной аттестации обучающихся по (курсу, учебному предмету)

7.1. Промежуточная аттестация

Форма проведения промежуточной аттестации – зачет.

Порядок проведения промежуточной аттестации: проводится дистанционно, предполагает сдачу отчета о выполнении 8 практических заданий, направленных на оценку сформированности планируемых результатов обучения (знаний, умений и владений навыками). Обучающийся получает практические задания в личном кабинете, выполняет их самостоятельно и сдает на проверку. По результатам проверки обучающемуся выставляется оценка.

Примерный перечень практических заданий:

Задание 1 Сформулируйте одну долгосрочную и одну краткосрочную цель для вашего продвижения. Сделайте это согласно методике SMART. Для этого заполните прикрепленную в задании таблицу под каждую цель. Определите, какие социальные сети вы будете использовать для продвижения вашего личного профессионального бренда. Выберите

минимум два канала из списка: VK.com, Яндекс.Дзен, YouTube, Rutube, Telegram, Одноклассники.

Задание 2 Для каждой выбранной вами социальной сети письменно ответьте на вопросы:

1. Почему вы ищите вашу ЦА именно в этой социальной сети?
2. Какие именно метрики продвижения в этой социальной сети вы будете считать, т.е. что для вас будет показателем успеха продвижения в этой социальной сети? Какие действия вы будете предпринимать, чтобы достигнуть этой метрики? Например, если ваша цель - получение 1000 подписчиков, то напишите минимум три действия, которые помогут достичь этой цифры.
3. Какой будет пошаговый план продвижения вашего личного профессионального бренда в этой социальной сети? Распишите его коротко, просто перечислив шаги вроде: «Создание аккаунта», «Настройка рекламы», «Загрузка аватара», «Рассылка о паблике».

Задание 3 Придумайте, какой хайп-проект вы можете реализовать, чтобы большое количество людей узнали о вашем личном профессиональном бренде? Для начала выберите, какие необычные действия вы могли бы совершить, чтобы продвигать ваш личный бренд?

Задание 4 Затем распишите более подробно, как вы будете реализовывать это или эти действия. Ответьте на вопросы письменно:

1. Какое(ие) действие вы выбрали?
2. Почему, на ваш взгляд, это действие привлечет внимание вашей целевой аудитории? Здесь важно, чтобы вы привлекли именно вашу ЦА, а, значит, вы должны или попасть в ценности ЦА или же «задеть» чувствительную для нее тему.
3. Как это действие согласуется с вашим брендом? Какие ценности вашего бренда подчеркивает это действие?

Задание 5 Письменно ответьте на вопросы ниже, учитывая советы из видеолекций.

1. Продумайте ваш рабочий или личный график и выберите, какой момент вашей будничной жизни вы будете показывать вашей аудитории? Это только рабочие моменты или же вы также хотите показывать вашу личную жизнь? Напишите конкретно, какие события в вашем графике вы бы показывали вашей аудитории.
2. Какая у вас будет манера поведения и изложения вашего контента (tone of voice) - опишите ее минимум тремя эпитетами. Опишите, как эта манера согласуется с ценностями вашего бренда и вашей целевой аудиторией.
3. Будут ли у вас необычные «фишки» в речи или внешнем образе? Какие?

Задание 6 Создайте мудборд вашего стиля.

Создать мудборд вашего стиля. Можно тут: <https://www.elty.com/ru>.

Прикрепите ссылку на мудборд или просто его изображение.

Выпишите, какие общие черты вы видите в изображениях разных людей или одежды, которые вы выбрали для мудборда? Напишите минимум три черты.

Задание 7 Предлагаем вам честно отрефлексировать, насколько вас зажигала бы работа в выбранной вами нише. Здесь также можете рефлексировать не только об этой нише, но и, в целом, о любой деятельности, которая вам нравится, с помощью которой вы могли бы зарабатывать и продвигать себя. Выберите, какой из двух нижеперечисленных вариантов модели ценообразования за ваши услуги вам был бы ближе?

1. Хочу много клиентов, выставяю среднюю цену.
2. Хочу меньше работать, выставяю высокую цену.

Задание 8 Письменно ответьте на вопросы ниже, которые зависят от варианта, который вы выбрали.

Если вы выбрали вариант №1:

1. Какой у вас план ценообразования на ваши услуги, когда у вас будет уже очень много клиентов?
2. Есть ли у вас дополнительные интересы, чтобы периодически переключаться на них и не выгорать?
3. Как вы планируете «отключаться» от вашей работы или от каких-либо иных дел?

Если вы выбрали вариант №2:

1. Опишите, почему вы выбрали деятельность именно в этой нише: она вам нравится или она в тренде? Или по какой-то другой причине?
2. Почему вы уверены, что сможете привлечь клиентов, которые готовы больше платить?

Критерии оценивания практических заданий

№ задания	Критерии оценивания	Результат за задание в баллах
1.	Обучающийся сформировал две цели по SMART и заполнил таблицы: краткосрочную и долгосрочную. Цели относятся к продвижению личного бренда – 10 баллов, не выполнен как минимум один из пунктов – 0 баллов.	0-10 баллов
2.	Обучающийся расписал метрики, которые будут сигнализировать об успехе продвижения личного бренда в двух выбранных социальных сетях – 10 баллов, не выполнен как минимум один из пунктов – 0 баллов.	0-10 баллов
3.	Обучающийся расписал план продвижения личного бренда в двух выбранных социальных сетях – 10 баллов, не выполнен как минимум один из пунктов – 0 баллов.	0-10 баллов
4.	Обучающийся ответил на все три вопроса о реализации хайп-проекта – 20 баллов, не выполнен как минимум один из пунктов – 0 баллов.	0-20 баллов
5.	Обучающийся ответил письменно на все три вопроса из задания №1 – 20 баллов, отсутствует ответ как минимум на один вопрос – 0 баллов.	0-20 баллов

6.	Обучающийся создал мудборд своего стиля – 10 баллов, мудборд отсутствует/не соответствует критериям из задания – 0 баллов.	0-10 баллов
7.	Обучающийся описал минимум три общие черты в изображениях с мудборда своего стиля – 10 баллов, описано менее трех черт/описание отсутствует – 0 баллов.	0-10 баллов
8.	Обучающий письменно и развернуто ответил на все вопросы – 10 баллов, отсутствует ответ минимум на один вопрос/ответы не предоставлены – 0 баллов.	0-10 баллов
Общий результат в баллах		0-100 баллов

Критерии оценивания промежуточной аттестации:

Перевод полученных баллов по результатам тестирования и отчеты о выполнении практических заданий в отметку производится следующим образом:

90 -100 баллов «отлично»/«зачтено»;

70 - 89 баллов «хорошо»/«зачтено»;

50 - 69 баллов «удовлетворительно»/«зачтено»;

менее 50 баллов «неудовлетворительно»/«не зачтено».