

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:

ФИО: Исаев Игорь Магомедович

Должность: Проректор по безопасности и общим вопросам

Дата подписания: 02.08.2023 11:57:50

Уникальный программный ключ:

d7a26b9e8ca85e98ac3de2ab454b4659d961f749

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования

«Национальный исследовательский технологический университет «МИСиС»

## Рабочая программа дисциплины (модуля)

# Основы создания личного бренда

Закреплена за подразделением

Кафедра иностранных языков и коммуникативных технологий

Направление подготовки

45.03.02 ЛИНГВИСТИКА

Профиль

Форма обучения

**очная**

Общая трудоемкость

**3 ЗЕТ**

Часов по учебному плану

108

Формы контроля в семестрах:

в том числе:

зачет с оценкой 7

аудиторные занятия

17

самостоятельная работа

91

### Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	7 (4.1)		Итого	
	18			
Неделя	УП	РП	УП	РП
Вид занятий				
Практические	17	17	17	17
Итого ауд.	17	17	17	17
Контактная работа	17	17	17	17
Сам. работа	91	91	91	91
Итого	108	108	108	108

Программу составил(и):  
*ст.преп., Чинёнов Д.П.*

Рабочая программа

**Основы создания личного бренда**

Разработана в соответствии с ОС ВО:

Самостоятельно устанавливаемый образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Национальный исследовательский технологический университет «МИСиС» по направлению подготовки 45.03.02 ЛИНГВИСТИКА (приказ от 02.04.2021 г. № 119 о.в.)

Составлена на основании учебного плана:

45.03.02 ЛИНГВИСТИКА, 45.03.02-БЛГ-22.plx , утвержденного Ученым советом ФГАОУ ВО НИТУ "МИСиС" в составе соответствующей ОПОП ВО 28.02.2022, протокол №

Утверждена в составе ОПОП ВО:

45.03.02 ЛИНГВИСТИКА, , утвержденной Ученым советом ФГАОУ ВО НИТУ "МИСиС" 28.02.2022, протокол №

Рабочая программа одобрена на заседании

**Кафедра иностранных языков и коммуникативных технологий**

Протокол от 15.06.2022 г., №10

Руководитель подразделения Бондарева Лилия Владимировна, к.полит.н., доцент

**1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ**

1.1	Формирование системного представления о теории и практике создания личного бренда – позиционирования, создания и управления репутацией
-----	--

**2. МЕСТО В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ**

Блок ОП:		Б1.В.ДВ.11
<b>2.1</b>	<b>Требования к предварительной подготовке обучающегося:</b>	
2.1.1	Автоматизация письменного перевода и управление терминологией	
2.1.2	Введение в перевод в научно-технической сфере	
2.1.3	Введение в практику устного перевода	
2.1.4	Введение в социальные сети и интернет маркетинг	
2.1.5	Коммуникативное обучение иностранным языкам	
2.1.6	Креативное письмо	
2.1.7	Научно-исследовательская работа	
2.1.8	Образовательная экосистема	
2.1.9	Основы лингводидактики	
2.1.10	Основы педагогики	
2.1.11	Основы стратегического международного маркетинга	
2.1.12	Педагогическое проектирование	
2.1.13	Персонализация обучения	
2.1.14	Практика письменного перевода	
2.1.15	Создание рекламных кампаний и креативных материалов	
2.1.16	Сопровождение иностранных делегаций	
2.1.17	Введение в практику письменного перевода	
2.1.18	Методика обучения иностранным языкам	
2.1.19	Основы медиакоммуникации	
2.1.20	Основы медиалингвистики	
2.1.21	Основы психологии	
2.1.22	Современные технологии в переводе	
2.1.23	Общая теория перевода	
2.1.24	Основы методики обучения иностранным языкам	
<b>2.2</b>	<b>Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:</b>	
2.2.1	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	
2.2.2	Преддипломная практика для выполнения выпускной квалификационной работы	
2.2.3	Производственная практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности	
2.2.4	Учебная практика по получению первичных профессиональных умений	

**3. РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫЕ С ФОРМИРУЕМЫМИ КОМПЕТЕНЦИЯМИ**

<b>ПК-1: Способен синтезировать лингвистические, лингводидактические и/ или переводческие знания для решения профессиональных задач и применять их в практической деятельности</b>	
<b>Знать:</b>	
ПК-1-31	Знать основы экономических, организационных, и управленческих вопросов, таких как: управление проектами, рисками, и изменениями, необходимыми для создания личного бренда
<b>Уметь:</b>	
ПК-1-У1	Уметь применять знание экономических, организационных, и управленческих вопросов, таких как: управление проектами, рисками, и изменениями.
<b>Владеть:</b>	
ПК-1-В1	Владеть коммуникационными навыками, создавать кампанию по созданию, монетизации, и продвижению личного бренда.

## 4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Формируемые индикаторы компетенций	Литература и эл. ресурсы	Примечание	КМ	Выполняемые работы
	<b>Раздел 1. Раздел 1. Цели и принципы создания личного бренда</b>							
1.1	1.1 Концептуальные основы создания личного бренда, цели и задачи. Имидж и репутация /Лек/ /Ср/	7	4	ПК-1-31 ПК-1-У1	Л1.1 Л1.2Л2.1 Э1			
1.2	1.2 Инструменты для создания репутации (соц сети, мероприятия, выступления с докладами, комментариями и т.д. Кейс /Пр/ /Пр/	7	4	ПК-1-31 ПК-1-В1	Л1.1 Л1.2Л2.1		КМ1	
1.3	1.3 Самостоятельное изучение литературы, самостоятельное изучение рекомендованных открытых источников, подготовка реферата /Ср/ /Ср/	7	24	ПК-1-31	Л1.1 Л1.2Л2.1 Э1			Р1
	<b>Раздел 2. Раздел 2. Создание позиционирования личного бренда</b>							
2.1	2.1 Теоретические основы создания позиционирование личного бренда /Лек/ /Ср/	7	6	ПК-1-31 ПК-1-В1	Л1.1 Л1.2Л2.1 Э1			
2.2	2.2 Создание позиционирования личного бренда - упаковка. Кейс /Пр/ /Пр/	7	6	ПК-1-31 ПК-1-У1 ПК-1-В1	Л1.1 Л1.2Л2.1		КМ2	
2.3	2.3 Самостоятельное изучение литературы, самостоятельное изучение рекомендованных открытых источников, подготовка доклада /Ср/ /Ср/	7	24	ПК-1-31	Л1.1 Л1.2Л2.1 Э1			Р1
	<b>Раздел 3. Раздел 3. Продвижение и монетизация личного бренда</b>							
3.1	3.1 Способы продвижения личного бренда /Лек/ /Ср/	7	7	ПК-1-31 ПК-1-У1 ПК-1-В1	Л1.1 Л1.2Л2.1 Э1			
3.2	3.2 Личный бренд экспертов. Кейс /Пр/ /Пр/	7	7	ПК-1-31	Л1.1 Л1.2Л2.1		КМ3	
3.3	3.3 Самостоятельное изучение литературы, самостоятельное изучение рекомендованных открытых источников, подготовка проекта /Ср/ /Ср/	7	26	ПК-1-31	Л1.1 Л1.2Л2.1 Э1			Р1

## 5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ

<b>5.1. Контрольные мероприятия (контрольная работа, тест, коллоквиум, экзамен и т.п), вопросы для самостоятельной подготовки</b>			
Код КМ	Контрольное мероприятие	Проверяемые индикаторы компетенций	Вопросы для подготовки
КМ1	Кейс	ПК-1-31	Анализ личных брендов экспертов
КМ2	Реферат/доклады	ПК-1-У1;ПК-1-В1	Принципы создания и управления репутацией
КМ3	Проектная работа	ПК-1-31;ПК-1-В1	Разработка позиционирования и стратегии продвижения личного бренда
<b>5.2. Перечень работ, выполняемых по дисциплине (Курсовая работа, Курсовой проект, РГР, Реферат, ЛР, ПР и т.п.)</b>			
Код работы	Название работы	Проверяемые индикаторы компетенций	Содержание работы
Р1	Чтение дополнительной литературы		по выбору студента и согласованию с преподавателем
<b>5.3. Оценочные материалы, используемые для экзамена (описание билетов, тестов и т.п.)</b>			
Экзамен не предусмотрен			
<b>5.4. Методика оценки освоения дисциплины (модуля, практики. НИР)</b>			
В течение семестра студент получает баллы за выполненные задания. Итоговая оценка по дисциплине осуществляется посредством конвертации итогового балла (процента) в оценку по следующей схеме: 51 - 69 % - удовлетворительно 70 - 84% - хорошо 85 - 100% - отлично  Кейс - 20 баллов Рефераты/доклады - 30 баллов Проектная работа - 50 баллов			

## 6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

### 6.1. Рекомендуемая литература

#### 6.1.1. Основная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Библиотека	Издательство, год
Л1.1	Шарков Ф. И.	Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг: учебное пособие	Электронная библиотека	Москва: Дашков и К°, 2020
Л1.2	Сайкин Е. А.	Основы брендинга: учебное пособие	Электронная библиотека	Новосибирск: Новосибирский государственный технический университет, 2016

#### 6.1.2. Дополнительная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Библиотека	Издательство, год
Л2.1	Годин А. М.	Брендинг: учебное пособие	Электронная библиотека	Москва: Дашков и К°, 2016

### 6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

Э1	Основы создания личного бренда	lms.misis.ru
----	--------------------------------	--------------

### 6.3 Перечень программного обеспечения

П.1	LMS Canvas
-----	------------

### 6.4. Перечень информационных справочных систем и профессиональных баз данных

И.1	База полнотекстовых научных журналов и книг издательства Эльзевир - www.sciencedirect.com
-----	---

## 8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ

В ходе учебного процесса используются такие интерактивные формы проведения занятий, как дискуссии, выступления с докладами, анализ кейсов, представление результатов проектной работы в виде публичной презентации.

Самостоятельная внеаудиторная работа студентов включает в себя подготовку ими рефератов и докладов, а также написание командного проекта коммуникационной программы.

В рамках учебного курса предусмотрены мастер-классы специалистов в области коммуникационного менеджмента, работающих в отечественных и зарубежных компаниях.