

ФОРМИРОВАНИЕ ЛИЧНОГО БРЕНДА

1. Цель освоения дисциплины

Освоение студентами системы знаний, направленных на профессиональный рост, обеспечение личностно ориентированного характера образования, формирование позитивной мотивации, развитие самостоятельности, развитие интересов.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Формирование личного бренда» относится к вариативной части блока дисциплин и является дисциплиной по выбору.

Для освоения дисциплины «Формирование личного бренда» обучающиеся используют знания, умения, способы деятельности и установки, сформированные в ходе изучения дисциплин «Методология научных исследований», «Нейромаркетинг», «Применение искусственного интеллекта в бизнес- маркетинге».

Освоение данной дисциплины является необходимой основой для последующего изучения дисциплин «Стратегическое планирование и руководство проектной деятельностью в бизнесе», «Интегрированные коммуникации в сфере бизнеса», «Креативные технологии в бренд-коммуникациях», «Основы предпринимательской культуры», «Правовое регулирование в сфере бизнеса», «Современная медиакультура в глобальных бизнес-коммуникациях».

3. Планируемые результаты обучения

В результате освоения дисциплины выпускник должен обладать следующими компетенциями:

- способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий (УК-1);
- способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки (УК-6).

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

знать

- содержание и инструменты нетворкинга;
- содержание и инструменты личного брендинга;

уметь

- применять инструменты нетворкинга и личного брендинга;
- применять инструменты личного брендинга;

владеть

- способностью разрабатывать и реализовывать маркетинговые программы с использованием инструментов комплекса маркетинга;
- способностью разрабатывать рекламные и информационные компании.

4. Общая трудоёмкость дисциплины и её распределение

количество зачётных единиц – 3,

общая трудоёмкость дисциплины в часах – 108 ч. (в т. ч. аудиторных часов – 24 ч., СРС – 84 ч.),

распределение по семестрам – 2,

форма и место отчётности – зачёт (2 семестр).

5. Краткое содержание дисциплины

Нетворкинг.

Понятие и содержание нетворкинга. Инструменты нетворкинга.

Личный брендинг.

Понятие, содержание и инструменты личного брендинга.

6. Разработчик

Телятникова Виктория Сергеевна, канд. экономических наук, доцент кафедры технологии, экономики образования и сервиса ФГБОУ ВО "ВГСПУ".