

Индивидуальный предприниматель
Бразговская Мария Сергеевна
ИНН 781436778016 ОГРН 318784700090579

Утверждено
Приказом №1В от 01.03.2024
Бразговская М. С.



**ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ОБЩЕОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ
ОБЩЕРАЗВИВАЮЩАЯ ПРОГРАММА**

«ВНИМАНИЕ НА МЕНЯ!»

Направленность: социально-гуманитарная
Возраст обучающихся: взрослые от 18 лет
Срок реализации: 9 недель (53\ 79\ 93 часов)

Составитель (разработчик):
М. С. Бразговская

Санкт-Петербург
2024 год

ОГЛАВЛЕНИЕ

1. Характеристика дополнительной общеобразовательной общеразвивающей программы	3
1.1. Пояснительная записка.....	3
1.2. Направленность программы.....	3
1.3. Актуальность программы	3
2. Адресат программы и требования к обучающимся.....	5
3. Объем и срок реализации программы.....	5
4. Форма обучения и режим занятий	5
5. Планируемые результаты обучения	5
6. Содержание и организация обучения	7
6.1. Учебный план.....	7
6.2. Учебно-тематический план.....	8
6.3. Календарный учебный график	11
7. Рабочие программы модулей.....	12
7.1. Рабочая программа модуля 1. Персонаж.....	12
7.2. Рабочая программа модуля 2. Нарратив.....	14
7.3. Рабочая программа модуля 3. Власть.....	15
7.4. Рабочая программа модуля 4. Внимание	17
7.5. Рабочая программа модуля 5. Видимость.....	18
7.6. Рабочая программа модуля 6. Управление впечатлением и сторителлинг	20
7.7. Рабочая программа модуля 7. Звезда	21
8. Формы аттестации и оценка результатов освоения программы	23
9. Организационно-педагогические условия обучения	24
9.1. Учебно-методическое обеспечение программы	24
9.2. Материально-техническое обеспечение реализации программы	24
9.3. Кадровый состав реализации программы	25
9.4. Информационное обеспечение программы	25

1. Характеристика дополнительной общеобразовательной общеразвивающей программы

1.1. Пояснительная записка

Дополнительная общеобразовательная общеразвивающая программа «Внимание на меня» (далее, программа) разработана для взрослых (лица, достигшие 18 лет и старше) и имеет социально-гуманитарную направленность, т.е. включает в себя разноплановую деятельность, объединяя различные направления. Программа направлена на формирование и развитие творческих способностей взрослых, удовлетворение их индивидуальных потребностей в интеллектуальном и нравственном совершенствовании, а также на организацию их свободного времени. В программе предлагаются методы практической психологии и актерского мастерства, направленные на возможность развития личного бренда обучающихся и изменения их поведенческих стратегий.

Программа разработана в соответствии со следующими нормативно-правовыми документами:

- Федеральный закон «Об образовании в Российской Федерации» № 273-ФЗ от 29.12.2012 (с изменениями, вст. в силу от 25.12.2023);
- Приказ Министерства Просвещения Российской Федерации от 27 июля 2022 г. № 629 «Об утверждении порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным общеобразовательным программам»;
- Письмо Министерства просвещения Российской Федерации от 31.01.2022 № ДГ-245/06 «О направлении методических рекомендаций по реализации дополнительных общеобразовательных программ с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий».

1.2. Направленность программы

Направленность программы: социально-гуманитарная.

1.3. Актуальность программы

Развитие социально-экономических отношений и быстрый темп жизни приводят к тому, что современное общество предъявляет все новые требования и довольно высокие запросы к уровню образования и профессиональных компетенций человека. Меняются ценности и жизненные ориентиры, и всё больше людей находятся в поисках своего предназначения, задаются вопросом о самореализации и осмыслении того, чем бы они хотели заниматься по жизни. В результате, мы наблюдаем такую ситуацию, когда карьерные достижения, рост профессионализма и благосостояния каждого конкретного человека оказывается напрямую связан с развитием его личного бренда и умением позиционировать себя в обществе. И, если прежде конкурентоспособность компании, товара или услуги определялась в основном качеством и ценовой политикой, то теперь определяющим фактором становится восприятие этой продукции, товара или услуги аудиторией. Это сказывается и на трудовых отношениях, где рынок труда перенасыщен, и поэтому внимание работодателя привлекают те специалисты, которые умеют «себя продать» - т.е. таким образом управлять производимым впечатлением о себе, чтобы запомниться, создать яркий образ и выделиться из массы других соискателей.

1.4. Новизна и отличительные особенности программы состоят в инновационном объединении теории современных психологических школ, практических психотехник, техник написания сценариев и нарративных практик, некоторых инструментов актерского мастерства и психодрамы, а также методов маркетинга и пиара.

В фокусе внимания оказываются те необходимые знания и навыки коммуникации, открытости, умения предъявлять и позиционировать себя в обществе, которые раскрываются в процессе группового взаимодействия, а также получают свое развитие при выполнении индивидуальных упражнений.

Несмотря на то, что обучение предполагает глубокую включенность и серьезную работу обучающихся, программа организована таким образом, чтобы ее участники получили разнообразный опыт взаимодействия с самим собой, другими и окружающим миром, что достигается за счет лекционных и практических занятий.

Таким образом, подобранный лекционный, практический материал и многообразие упражнений, существенно расширяют поведенческие стратегии обучающихся, способствуют развитию творческих способностей личности, удовлетворению ее потребностей в интеллектуальном и нравственном совершенствовании, а также желанию заниматься как личным, так и профессиональным саморазвитием.

1.5. Цель и задачи программы: способствовать раскрытию личностного потенциала, творческой индивидуальности и развитию у обучающихся навыков осознанного управления вниманием, создаваемым впечатлением и позиционированием, продвижением себя или своего бренда в обществе, что даст ему возможное конкурентное преимущество как в профессиональной среде, так и в межличностном взаимодействии.

Задачи программы:

Обучающие:

- сформировать у обучающихся представления о различных архетипах личности и их использовании в маркетинговых целях;
- раскрыть понятие «нарратив» и обучить техникам создания собственного нарратива, способствующего раскрытию личностного потенциала;
- познакомить обучающихся с понятиями «власть» и «харизма», влиянием харизмы на позиционирование себя или компании;
- научить обучающихся приемам взаимодействия и управления вниманием аудитории;
- продемонстрировать навыки актерского и сценарного мастерства.

Развивающие:

- создать условия для развития у обучающихся навыков, необходимых для управления вниманием, создаваемым впечатлением и позиционированием, продвижением себя или своего бренда в обществе;
- создать условия для развития у обучающихся навыков эффективной коммуникации;
- способствовать развитию у обучающихся общепсихологических компетенций, уверенности в себе, творческого мышления, креативности и самостоятельности;
- способствовать развитию у обучающихся рефлексии, ценности и понимания себя.

Воспитательные:

- воспитывать у обучающихся чувство ответственности за проявление своих личностных качеств и черт характера как в обществе, так и в профессиональной среде;
- способствовать формированию у обучающихся готовности использовать приобретенные компетенции в реальной жизни;
- содействовать осознанию у обучающихся ценности своей личности, значимости собственных желаний, потребностей и целей.

2. Адресат программы и требования к обучающимся

Категория обучающихся: лица, достигшие 18 лет и старше.

К освоению программы допускаются: лица, достигшие 18 лет и старше, без предъявления требований к уровню образования.

3. Объем и срок реализации программы

Срок реализации программы – 9 недель.

Общее количество академических часов, запланированных на весь период обучения с доступом «Базовый»: 53 академических часов, из них:

лекционный материал – 21,5 ак. часов,

практические задания – 20,25 ак. часов.

Общее количество академических часов, запланированных на весь период обучения с доступом «Бизнес»: 79 академических часа из них:

лекционный материал – 27 ак. часов,

практические задания – 30 ак. часов.

Общее количество академических часов, запланированных на весь период обучения с доступом «Премиум»: 93 академических часа из них:

лекционный материал – 34 ак. часов,

практические задания – 37 ак. часов.

1 академический час – 45 минут.

4. Форма обучения и режим занятий

Основная форма обучения – заочная, с применением исключительно электронного обучения, дистанционных образовательных технологий. Обучение проводится на русском языке.

Режим занятий: согласно календарному графику, не реже 2 раз в неделю.

5. Планируемые результаты обучения

Личностные:

- анализировать, понимать и изменять свое внутреннее эмоциональное состояние;
- целенаправленно работать над развитием навыков и качеств, необходимых для достижения своих целей;
- мотивировать себя для реализации своего личностного потенциала;

- создавать нужный образ своего «Я» и производить желаемое впечатление;
- эффективно коммуницировать и выстраивать отношения с клиентами и целевой аудиторией;
- работать с собственными убеждениями, желаниями, потребностями и целями.

Метапредметные:

- выстраивать стратегию развития, позиционирования и продвижения своего личного бренда;
- взаимодействовать с аудиторией и управлять ее вниманием;
- уметь работать с нарративными, телесными и коммуникативными практиками;
- более продуктивно планировать и организовывать свою работу с различными клиентами;
- проявлять индивидуальные творческие способности;
- повысить навыки рефлексии и саморегуляции, позволяющие лучше преодолевать трудности, возникающие как в межличностном общении, так и в профессиональной среде.

Предметные:

- знать основы позиционирования личного бренда и/или бренда компании;
- анализировать и выявлять потребности своей аудитории;
- анализировать, исследовать и формировать нарратив;
- понимать основы выступления на сцене и взаимодействия с аудиторией;
- уметь дифференцировать характеристики различных архетипов;
- владеть практическими навыками написания сценария.

По итогам освоения программы, обучающиеся будут:

Знать:

- основы позиционирования личного бренда или бренда компании;
- основы анализа аудитории;
- основы исследования нарратива;
- основы выступления на сцене и взаимодействия с аудиторией;
- характеристики разных архетипов;
- механизмы работы с разными проявлениями своей личности;
- основы построения сценария, применимые в сторителлинге.

Уметь:

- анализировать свое внутреннее эмоциональное состояние;
- целенаправленно работать над развитием навыков и качеств, необходимых для достижения целей;
- ориентироваться в характеристиках различных архетипов;
- анализировать и выявлять потребности своей аудитории;
- взаимодействовать с аудиторией и управлять ее вниманием;
- производить желаемое впечатление;
- выстраивать отношения с клиентами и целевой аудиторией;
- работать с собственными убеждениями;
- понимать стратегию развития своего личного бренда.

Владеть:

- практическими навыками взаимодействия с аудиторией и привлечения внимания;
- навыками выполнения упражнений, направленных на исследование разных сфер жизни;
- приемами нарративных, телесных и коммуникативных практик;
- знаниями о том, как эффективно организовать взаимодействие с клиентами;
- практическими навыками написания сценария.

6. Содержание и организация обучения

6.1. Учебный план

Учебный план (доступ «Базовый»)

Наименование модулей и тем	Общая трудоёмкость (акад.час)	Виды учебных занятий, учебных работ			Формы контроля
		Лекции	Практика	Самост. работа	
Модуль 1. Персонаж	9,5	3,5	3,75	2,25	Текущий контроль Промежуточная аттестация (практическое занятие №1)
Модуль 2. Нарратив	8,5	3,5	2,75	2,25	Текущий контроль
Модуль 3. Власть	8,5	3,5	3,25	1,75	Текущий контроль
Модуль 4. Внимание	9	4,5	3,25	1,25	Текущий контроль
Модуль 5. Видимость	5,5	2	2,75	0,75	Текущий контроль
Модуль 6. Управление впечатлением и сторителлинг	7,5	3	2,75	1,75	Текущий контроль
Модуль 7. Звезда	4,5	1,5	1,75	1,25	Текущий контроль
ИТОГО:	53	21,5	20,25	11,25	

Учебный план (доступ «Бизнес»)

Наименование модулей и тем	Общая трудоёмкость (акад.час)	Виды учебных занятий, учебных работ			Формы контроля
		Лекции	Практика	Самост. работа	
Модуль 1. Персонаж	13	4,5	5	4,5	Текущий контроль Промежуточная аттестация (практическое занятие №1)
Модуль 2. Нарратив	12,5	4,5	4	4	Текущий контроль Промежуточная аттестация (практическое занятие №2)
Модуль 3. Власть	12	4,5	4,5	3	Текущий контроль
Модуль 4. Внимание	13	5,5	5	2,5	Текущий контроль
Модуль 5. Видимость	8,5	2,5	4	2	Текущий контроль
Модуль 6. Управление впечатлением и сторителлинг	10,5	3,5	4	3	Текущий контроль Промежуточная аттестация (практическое занятие №3)
Модуль 7. Звезда	8,5	2	3,5	3	Текущий контроль
Итоговый контроль (тестирование)	1			1	Итоговая аттестация (зачет)
ИТОГО:	79	27	30	22	

Учебный план (доступ «Премиум»)

Наименование модулей и тем	Общая трудоёмкость (акад.час)	Виды учебных занятий, учебных работ			Формы контроля
		Лекции	Практика	Самост. работа	
Модуль 1. Персонаж	15	5,5	6	4,5	Текущий контроль Промежуточная аттестация (практическое занятие №1)
Модуль 2. Нарратив	14,5	5,5	5	4	Текущий контроль Промежуточная аттестация (практическое занятие №2)
Модуль 3. Власть	14	5,5	5,5	3	Текущий контроль
Модуль 4. Внимание	15	6,5	6	2,5	Текущий контроль
Модуль 5. Видимость	10,5	3,5	5	2	Текущий контроль
Модуль 6. Управление впечатлением и сторителлинг	12,5	4,5	5	3	Текущий контроль Промежуточная аттестация (практическое занятие №3)
Модуль 7. Звезда	10,5	3	4,5	3	Текущий контроль
Итоговый контроль (тестирование)	1			1	Итоговая аттестация (зачет)
ИТОГО:	93	34	37	22	

6.2. Учебно-тематический план

Учебно-тематический план (доступ «Базовый»)

№ занятия	Наименование модулей и тем	Общая трудоёмкость (акад.час)	Виды учебных занятий, учебных работ			Формы контроля
			Лекции	Практика	Самост. работа	
Модуль 1. Персонаж		9,5	3,5	3,75	2,25	Практическое задание №1
	Тема 1. Юнгианские архетипы как один из способов создания персонажа/бренда Рассмотрение архетипов в полное потребности личности.	3	2	0,5	0,5	
	Тема 2. Внешние и внутренние характеристики персонажа	2	1	1		
	Тема 3. Диагностика своих архетипов	1		0,5	0,5	
	Тема 4. Практикум по отработке навыков №1	2	0,5	1	0,5	
	Тема 5. Актерское мастерство № 1	0,5		0,25	0,25	
	Промежуточный контроль	1		0,5	0,5	
Модуль 2. Нарратив		8,5	3,5	2,75	2,25	
	Тема 1. Понятие нарратива	1	1			
	Тема 2. Анализ и исследование личного нарратива.	2	1	0,5	0,5	
	Тема 3. Практикум по отработке навыков №2	2	0,5	1	0,5	
	Тема 4. Актерское мастерство №2	0,5		0,25	0,25	
	Тема 5. Формирование нового нарратива	3	1	1	1	
Модуль 3. Власть		8,5	3,5	3,25	1,75	
	Тема 1. Власть и харизма. Ценность харизмы	1,5	1	0,5		
	Тема 2. Невротические модели динамики власти	2,5	1	1	0,5	
	Тема 3. Харизматичное поведение и типы харизмы	2	1	0,5	0,5	
	Тема 4. Практикум по отработке навыков №3	2	0,5	1	0,5	
	Тема 5. Актерское мастерство №3	0,5		0,25	0,25	
Модуль 4. Внимание		9	4,5	3,25	1,25	
	Тема 1. Внимание и коммуникативная формула	1	1			
	Тема 2. Система внимания. «Я и зрительный зал»	2,5	1	1	0,5	
	Тема 3. Сценическая задача и сверхзадача	1	0,5	0,5		
	Тема 4. Взаимодействие с публикой.	1,5	1	0,5		
	Тема 5. Препятствие	0,5	0,5			
	Тема 6. Практикум по отработке навыков №4	2	0,5	1	0,5	
	Тема 7. Актерское мастерство №4	0,5		0,25	0,25	
Модуль 5. Видимость		5,5	2	2,75	0,75	
	Тема 1. Понятие видимости и механизмы когнитивного искажения	1	0,5	0,5		
	Тема 2. Что станет видимым?	1	0,5	0,5		
	Тема 3. Что сделать видимым?	1	0,5	0,5		
	Тема 4. Практикум по отработке навыков №5	2	0,5	1	0,5	
	Тема 5. Актерское мастерство №5	0,5		0,25	0,25	
Модуль 6. Управление впечатлением и сторителлинг		7,5	3	2,75	1,75	
	Тема 1. Сторителлинг как инструмент продвижения	1	0,5	0,5		
	Тема 2. Сюжетные линии в развитии бренда и элементы хорошей истории.	2	1	0,5	0,5	
	Тема 3. Как увлечь зрителя или читателя с помощью когнитивной психологии. Воспринимаемая ценность.	2	1	0,5	0,5	
	Тема 4. Практикум по отработке навыков №6	2	0,5	1	0,5	
	Тема 5. Актерское мастерство №6	0,5		0,25	0,25	
Модуль 7. Звезда		4,5	1,5	1,75	1,25	
	Тема 1. Удовольствие быть в центре внимания. Признание своих заслуг.	1	0,5	0,5		
	Тема 2. Практикум по отработке навыков №7	1,5	0,5	0,5	0,5	
	Тема 3. Актерское мастерство №7	0,5		0,25	0,25	
	Тема 4. Ассимиляция и проба себя в новом образе персонажа. Подведение итогов	1,5	0,5	0,5	0,5	
	ИТОГО:	53	21,5	20,25	11,25	

Учебно-тематический план (доступ «Бизнес»)

№ занятия	Наименование модулей и тем	Общая трудоёмкость (акад.час)	Виды учебных занятий, учебных работ			Формы контроля
			Лекции	Практика	Самост. работа	
Модуль 1. Персонаж		13	4,5	5	4,5	
	Тема 1. Юнгианские архетипы как один из способов создания персонажа/бренда Рассмотрение архетипов в полное потребностей личности.	3	2	0,5	0,5	
	Тема 2. Внешние и внутренние характеристики персонажа	2	1	1		
	Тема 3. Диагностика своих архетипов	2		1	1	
	Тема 4. Практикум по отработке навыков №1	2	0,5	1	0,5	
	Тема 5. Актерское мастерство № 1	1,5		0,5	1	
	Тема 6. Создание бренда с нуля	2,5	1	0,5	1	
	Промежуточный контроль			0,5	0,5	Практическое задание №1
Модуль 2. Нарратив		12,5	4,5	4	4	
	Тема 1. Понятие нарратива	1	1			
	Тема 2. Анализ и исследование личного нарратива.	2	1	0,5	0,5	
	Тема 3. Практикум по отработке навыков №2	2	0,5	1	0,5	
	Тема 4. Актерское мастерство №2	1,5		0,5	1	
	Тема 5. Формирование нового нарратива	3	1	1	1	
	Тема 6. Миф Бренда	2	1	0,5	0,5	
	Промежуточный контроль	1		0,5	0,5	Практическое задание №2
Модуль 3. Власть		12	4,5	4,5	3	
	Тема 1. Власть и харизма. Ценность харизмы	1,5	1	0,5		
	Тема 2. Невротические модели динамики власти	2,5	1	1	0,5	
	Тема 3. Харизматичное поведение и типы харизмы	2	1	0,5	0,5	
	Тема 4. Практикум по отработке навыков №3	2	0,5	1	0,5	
	Тема 5. Актерское мастерство №3	1,5		0,5	1	
	Тема 6. Обещание бренда	2,5	1	1	0,5	
Модуль 4. Внимание		13	5,5	5	2,5	
	Тема 1. Внимание и коммуникативная формула	1	1			
	Тема 2. Система внимания. «Я и зрительный зап»	2,5	1	1	0,5	
	Тема 3. Сценическая задача и сверхзадача	1	0,5	0,5		
	Тема 4. Взаимодействие с публикой.	1,5	1	0,5		
	Тема 5. Препятствие	0,5	0,5			
	Тема 6. Практикум по отработке навыков №4	2	0,5	1	0,5	
	Тема 7. Актерское мастерство №4	1,5		0,5	1	
	Тема 8. Управляемая проекция	1	0,5	0,5		
	Тема 9. Сегменты клиентов и трудности внимания	2	0,5	1	0,5	
Модуль 5. Видимость		8,5	2,5	4	2	
	Тема 1. Понятие видимости и механизмы когнитивного искажения	1	0,5	0,5		
	Тема 2. Что станет видимым?	1	0,5	0,5		
	Тема 3. Что сделать видимым?	1	0,5	0,5		
	Тема 4. Практикум по отработке навыков №5	2	0,5	1	0,5	
	Тема 5. Актерское мастерство №5	1,5		0,5	1	
	Тема 6. Противоречия в личном бренде	2	0,5	1	0,5	
Модуль 6. Управление впечатлением и сторителлинг		10,5	3,5	4	3	
	Тема 1. Сторителлинг как инструмент продвижения	1	0,5	0,5		
	Тема 2. Сюжетные линии в развитии бренда и элементы хорошей истории.	2	1	0,5	0,5	
	Тема 3. Как увлечь зрителя или читателя с помощью когнитивной психологии. Воспринимая ценность.	2	1	0,5	0,5	
	Тема 4. Практикум по отработке навыков №6	2	0,5	1	0,5	
	Тема 5. Актерское мастерство №6	1,5		0,5	1	
	Тема 6. «Маркетинговая история»	1	0,5	0,5		
	Промежуточный контроль	1		0,5	0,5	Практическое задание №3
Модуль 7. Звезда		8,5	2	3,5	3	
	Тема 1. Удовольствие быть в центре внимания. Признание своих заслуг.	1	0,5	0,5		
	Тема 2. Практикум по отработке навыков №7	2	0,5	1	0,5	
	Тема 3. Актерское мастерство №7	1,5		0,5	1	
	Тема 4. Ассимиляция и проба себя в новом образе персонажа. Подведение итогов	1,5	0,5	0,5	0,5	
	Тема 5. Дополнительные инструменты позиционирования личного бренда	2,5	0,5	1	1	
	Текущий контроль	0				
Итоговый контроль (тестирование)		1			1	зачет
	ИТОГО:	79	27	30	22	

Учебно-тематический план (доступ «Премиум»)

№ занятия	Наименование модулей и тем	Общая трудоёмкость (акад.час)	Виды учебных занятий, учебных работ			Формы контроля
			Лекции	Практика	Самост. работа	
Модуль 1. Персонаж		15	5,5	6	4,5	
	Тема 1. Юнгианские архетипы как один из способов создания персонажа/бренда Рассмотрение архетипов в полноте потребностей личности.	3	2	0,5	0,5	
	Тема 2. Внешние и внутренние характеристики персонажа	2	1	1		
	Тема 3. Диагностика своих архетипов	2		1	1	
	Тема 4. Практикум по отработке навыков №1	2	0,5	1	0,5	
	Тема 5. Актерское мастерство № 1	1,5		0,5	1	
	Тема 6. Создание бренда с нуля	2,5	1	0,5	1	
	Тема 7. Групповое занятие	2	1	1		
	Промежуточный контроль			0,5	0,5	Практическое задание №1
Модуль 2. Нарратив		14,5	5,5	5	4	
	Тема 1. Понятие нарратива	1	1			
	Тема 2. Анализ и исследование личного нарратива.	2	1	0,5	0,5	
	Тема 3. Практикум по отработке навыков №2	2	0,5	1	0,5	
	Тема 4. Актерское мастерство №2	1,5		0,5	1	
	Тема 5. Формирование нового нарратива	3	1	1	1	
	Тема 6. Миф Бренда	2	1	0,5	0,5	
	Тема 7. Групповое занятие	2	1	1		
	Промежуточный контроль	1		0,5	0,5	Практическое задание №2
Модуль 3. Власть		14	5,5	5,5	3	
	Тема 1. Власть и харизма. Ценность харизмы	1,5	1	0,5		
	Тема 2. Невротические модели динамики власти	2,5	1	1	0,5	
	Тема 3. Харизматичное поведение и типы харизмы	2	1	0,5	0,5	
	Тема 4. Практикум по отработке навыков №3	2	0,5	1	0,5	
	Тема 5. Актерское мастерство №3	1,5		0,5	1	
	Тема 6. Обещание бренда	2,5	1	1	0,5	
	Тема 7. Групповое занятие	2	1	1		
Модуль 4. Внимание		15	6,5	6	2,5	
	Тема 1. Внимание и коммуникативная формула	1	1			
	Тема 2. Система внимания. «Я и зрительный зал»	2,5	1	1	0,5	
	Тема 3. Сценическая задача и сверхзадача	1	0,5	0,5		
	Тема 4. Взаимодействие с публикой.	1,5	1	0,5		
	Тема 5. Препятствие	0,5	0,5			
	Тема 6. Практикум по отработке навыков №4	2	0,5	1	0,5	
	Тема 7. Актерское мастерство №4	1,5		0,5	1	
	Тема 8. Управляемая проекция	1	0,5	0,5		
	Тема 9. Сегменты клиентов и трудности внимания	2	0,5	1	0,5	
	Тема 10. Групповое занятие	2	1	1		
Модуль 5. Видимость		10,5	3,5	5	2	
	Тема 1. Понятие видимости и механизмы когнитивного искажения	1	0,5	0,5		
	Тема 2. Что станет видимым?	1	0,5	0,5		
	Тема 3. Что сделать видимым?	1	0,5	0,5		
	Тема 4. Практикум по отработке навыков №5	2	0,5	1	0,5	
	Тема 5. Актерское мастерство №5	1,5		0,5	1	
	Тема 6. Противоречия в личном бренде	2	0,5	1	0,5	
	Тема 7. Групповое занятие	2	1	1		
Модуль 6. Управление впечатлением и сторителлинг		12,5	4,5	5	3	
	Тема 1. Сторителлинг как инструмент продвижения	1	0,5	0,5		
	Тема 2. Сюжетные линии в развитии бренда и элементы хорошей истории.	2	1	0,5	0,5	
	Тема 3. Как увлечь зрителя или читателя с помощью когнитивной психологии. Воспринимаемая ценность.	2	1	0,5	0,5	
	Тема 4. Практикум по отработке навыков №6	2	0,5	1	0,5	
	Тема 5. Актерское мастерство №6	1,5		0,5	1	
	Тема 6. «Маркетинговая история»	1	0,5	0,5		
	Тема 7. Групповое занятие	2	1	1		
	Промежуточный контроль	1		0,5	0,5	Практическое задание №3
Модуль 7. Звезда		10,5	3	4,5	3	
	Тема 1. Удовольствие быть в центре внимания. Признание своих заслуг.	1	0,5	0,5		
	Тема 2. Практикум по отработке навыков №7	2	0,5	1	0,5	
	Тема 3. Актерское мастерство №7	1,5		0,5	1	
	Тема 4. Ассимиляция и проба себя в новом образе персонажа. Подведение итогов	1,5	0,5	0,5	0,5	
	Тема 5. Дополнительные инструменты позиционирования личного бренда	2,5	0,5	1	1	
	Тема 6. Групповое занятие	2	1	1		
Итоговый контроль (тестирование)		1			1	зачет
	ИТОГО:	93	34	37	22	

6.3. Календарный учебный график

Календарный учебный график (доступ «Базовый»)

Год обучения	Дата начала занятий	Дата окончания занятий	Количество учебных недель	Количество учебных дней	Количество учебных часов	Режим занятий
1	04.04.2024	07.06.2024	9	43	53	2 раза в неделю по 3 часа, продолжительность одного часа - 45 минут

Номер недели	Часы		
	Л	ПР	СР
1	3,5	3,75	2,25
2	2	1,5	1
3	1,5	1,25	1,25
4	3,5	3,25	1,75
5	2,5	1,5	0,5
6	2	1,75	0,75
7	2	2,75	0,75
8	3	2,75	1,75
9	1,5	1,75	1,25

Календарный учебный график (доступ «Бизнес»)

Год обучения	Дата начала занятий	Дата окончания занятий	Количество учебных недель	Количество учебных дней	Количество учебных часов	Режим занятий
1	04.04.2024	07.06.2024	9	43	79	2 раза в неделю по 4,25 часа, продолжительность одного часа - 45 минут

Номер недели	Часы		
	Л	ПР	СР
1	4,5	5	4,5
2	2,5	0,5	1
3	2	3,5	3
4	4,5	4,5	3
5	2,5	1	1,5
6	3	4	1
7	2,5	4	2
8	3,5	4	3
9	2	3,5	3

Календарный учебный график (доступ «Премиум»)

Год обучения	Дата начала занятий	Дата окончания занятий	Количество учебных недель	Количество учебных дней	Количество учебных часов	Режим занятий
1	04.04.2024	07.06.2024	9	43	93	3 раза в неделю по 3,5 часа, продолжительность одного часа - 45 минут

Номер недели	Часы		
	Л	ПР	СР
1	5,5	6	4,5
2	2,5	0,5	1
3	3	4,5	3
4	5,5	5,5	3
5	3,5	2	0,5
6	3	4	2
7	3,5	5	2
8	4,5	5	3
9	3	4,5	3

Л - лекции;

ПР - практическая работа;

СР - самостоятельная работа;

7. Рабочие программы модулей.

7.1. Рабочая программа модуля 1. Персонаж

Цель модуля — обеспечение знаниями и умениями для анализа и построения бренда и персонажа.

Задачи:

- познакомить обучающихся с понятием «Проявленность»;
- познакомить обучающихся с понятием «Персонаж»;
- познакомить обучающихся с понятием «Архетип»;
- раскрыть соотношение внешнего и внутреннего в персонаже;
- познакомить обучающихся с различными способами формирования персонажа;
- познакомить обучающихся с формами проявления персонажа в жизни и в профессиональной среде;
- познакомить обучающихся с основными архетипами, проявляющихся в брендах;
- раскрыть значение мудборда в формировании личного персонажа.

Планируемые результаты

В результате освоения модуля обучающиеся будут знать:

- определение понятия «Проявленность»;
- определение понятия «Персонаж»;
- определение понятия «Архетип»;

- методологию анализа архетипа;
- основные способы создания персонажа;
- возможности проявления персонажа как в личной жизни, так и в профессиональной среде;
- способы формирования и использования мудборда при создании персонажа;

В результате освоения модуля обучающиеся будут уметь:

- пользоваться понятиями «Проявленность», «Персонаж» и «Архетип»;
- анализировать архетипы;
- формировать собственного персонажа;
- использовать разные грани персонажа как в личной жизни, так и в профессиональной среде;
- создавать мудборд.

В результате освоения модуля обучающиеся будут владеть:

- технологией анализа архетипов;
- технологией создания собственного персонажа из различных компонентов;
- навыками проявления различных граней персонажа в личной жизни и профессиональной среде;
- умением создавать мудборд.

Содержание программы

Тема 1. Юнгианские архетипы как один из способов создания персонажа/бренда. Рассмотрение архетипов в полюсе потребностей личности.

Понятие архетипа. Архетип как мост между человеком и его аудиторией, способ влияния. Персонаж как посредник между потребностью и способом ее удовлетворения. Виды архетипов и их составляющие. Доминирующий и вторичный архетип. Использование разных архетипов в зависимости от контекста. Как компании построить работу на основе архетипа, который ближе всего к ее ценностям, миссии и стратегии.

Тема 2. Внешние и внутренние характеристики персонажа.

Понятие персонажа. Персонаж как законченный образ, который воплощается на глазах у публики. Отличие персонажа от личности, бренда и архетипа. Сверхзадача как основа построения персонажа. Создание персонажа: от внешнего к внутреннему или от внутреннего к внешнему. Где взять вдохновение для создания своего персонажа. Первые шаги к воплощению персонажа в жизни.

Тема 3. Диагностика своих архетипов.

Исследование и анализ своего архетипа. Тест на определение архетипа.

Тема 4. Практикум по отработке навыков №1.

Практическое упражнение, направленное на отработку навыков.

Тема 5. Актерское мастерство № 1 (данная тема предусмотрена с доступом «Базовый» частично, с доступом «Бизнес» и «Премиум» в полном объеме).

Практическое занятие со специалистом по актерскому мастерству, голосу и сценической речи.

Тема 6. Создание бренда с нуля (данная тема предусмотрена только с доступом «Бизнес» и «Премиум»).

Как создать новый бренд на переполненном рынке. О чем стоит подумать перед созданием бренда: список вопросов. Персональный бренд и статус эксперта.

Тема 7. Групповое занятие (данная тема предусмотрена только с доступом «Премиум»).

Онлайн-занятие с автором образовательной программы.

Практическое задание № 1.

Тест на определение архетипа.

Оценочные материалы:

В модуле предусмотрен текущий контроль и промежуточная аттестация для доступа: «Базовый», «Бизнес» и «Премиум».

Формой текущего контроля является мониторинг учебной работы обучающихся, а также количество фактически прослушанных и пройденных ими тем, размещенных на онлайн-платформе.

Формой промежуточной аттестации является Практическое задание №1.

Учебно-методические материалы модуля:

Учебно-методическая помощь обучающимся оказывается в форме дистанционных групповых консультаций автора программы путём размещения на онлайн-платформе соответствующего контента для самостоятельного изучения:

- дополнительные материалы в текстовом формате после лекционной части;
- другие дополнительные файлы в электронном виде.

7.2. Рабочая программа модуля 2. Нарратив

Цель модуля — обеспечение знаниями и умениями для анализа и создания нарратива и персонажа.

Задачи:

- раскрыть понятие «Нарратив» как условие существования персонажа;
- раскрыть понятие «Миф бренда»;
- познакомить обучающихся с протоколом исследования собственного нарратива для его последующего изменения;
- обучить обучающихся техникам создания собственного нарратива, способствующего раскрытию потенциала.

Планируемые результаты

В результате освоения модуля обучающиеся будут знать:

- определение понятия «Нарратив»;
- определение понятия «Миф бренда»;
- протокол исследования нарратива;
- основные способы формирования нарратива;
- возможности проявления нужных качеств персонажа в новом нарративе.

В результате освоения модуля обучающиеся будут уметь:

- пользоваться понятиями «Нарратив» и «Миф бренда»;
- формировать собственный нарратив;
- менять нарратив, чтобы снижать силу внутренних ограничений;
- создавать сценарий будущего позиционирования.

В результате освоения модуля обучающиеся будут владеть:

- протоколом исследования нарратива;
- знаниями и навыками формирования нарратива.

Содержание программы

Тема 1. Понятие нарратива.

Исследование понятий «нарратив» и «миф бренда». Нарратив как способ организации эпизодов, действий и оценок этих действий. Создание себя невозможно без создания нового нарратива.

Тема 2. Анализ и исследование личного нарратива.

Как нарратив прошлого определяет видение настоящего и будущего. Протокол исследования нарратива.

Тема 3. Практикум по отработке навыков №2.

Практическое упражнение, направленное на отработку навыков.

Тема 4. Актерское мастерство №2 (данная тема предусмотрена с доступом «Базовый» частично, с доступом «Бизнес» и «Премиум» в полном объеме).

Практическое занятие со специалистом по актерскому мастерству, голосу и сценической речи.

Тема 5. Формирование нового нарратива.

Можно ли изменить нарратив и как заложить в него смыслы, необходимые для самореализации в настоящем. Корни персонажа в прошлом и его связь с актуальным нарративом. Протокол создания нарратива и нового персонажа.

Тема 6. Миф Бренда (данная тема предусмотрена только с доступом «Бизнес» и «Премиум»).

Мышление как препятствие для зарождения личных амбиций. Путь к уникальности через создание нарратива и персонажа. Миф как история, основанная на нарративе бренда. Типовые модели создания легенд. Миф создает философию, которая объединяет и привлекает клиентов.

Тема 7. Групповое занятие (данная тема предусмотрена только с доступом «Премиум»).

Онлайн-занятие с автором образовательной программы.

Практическое задание № 2.

Написать нарратив бренда, связанный с нарративом персонажа.

Оценочные материалы:

В модуле предусмотрен текущий контроль для доступа «Базовый».

В модуле предусмотрен текущий контроль и промежуточная аттестация для доступа: «Бизнес» и «Премиум».

Формой текущего контроля является мониторинг учебной работы обучающихся, а также количество фактически прослушанных и пройденных ими тем, размещенных на онлайн-платформе.

Формой промежуточной аттестации является Практическое задание №2.

Учебно-методические материалы модуля:

Учебно-методическая помощь обучающимся оказывается в форме дистанционных групповых консультаций автора программы путём размещения на онлайн-платформе соответствующего контента для самостоятельного изучения:

- дополнительные материалы в текстовом формате после лекционной части;
- другие дополнительные файлы в электронном виде.

7.3. Рабочая программа модуля 3. Власть

Цель модуля — обеспечение знаниями и умениями использования харизмы для позиционирования себя или компании.

Задачи:

- познакомить обучающихся с понятием «Власть»;
- познакомить обучающихся с понятием «Харизма»;
- раскрыть значение потребности во власти и результата отказа от власти;
- раскрыть составляющие харизматического поведения.

Планируемые результаты

В результате освоения модуля обучающиеся будут знать:

- определение понятия «Власть»;
- соотношение потребности во власти и отказа от власти;
- особенности невротической модели власти;
- составляющие харизматического поведения.

В результате освоения модуля обучающиеся будут уметь:

- отличать инфантилизм от отказа от власти;
- усиливать веру в себя;
- усиливать стремления других людей и пробуждать желание;
- использовать составляющие харизматического поведения.

В результате освоения модуля обучающиеся будут владеть:

- составляющими харизматического поведения;
- техниками усиления стремлений других людей.

Содержание программы

Тема 1. Власть и харизма. Ценность харизмы.

Понятие власти. Понятие харизмы. Харизматическая власть и власть влиять на умы и настроения других людей. Харизма: талант или дар?

Тема 2. Невротические модели динамики власти.

Невротические модели отношения с властью. Типы личности по способу отношению к власти.

Тема 3. Харизматичное поведение и типы харизмы.

Четыре ключевых составляющих харизматического ядра личности. Стили харизмы и их связь с различными архетипами. Грани разной харизмы в одном человеке. Харизматическое поведение. Работа с чужими стремлениями: как их разгадать, разжечь и усилить. Понятие харизматического поведения. Четыре ключа к харизматическому поведению и привлечению внимания. Способы присвоить себе право на власть и влияние. Право заявлять о себе: как его обрести и использовать для самореализации.

Тема 4. Практикум по отработке навыков №3.

Практическое упражнение, направленное на отработку навыков.

Тема 5. Актерское мастерство №3 (данная тема предусмотрена с доступом «Базовый» частично, с доступом «Бизнес» и «Премиум» в полном объеме).

Практическое занятие со специалистом по актерскому мастерству, голосу и сценической речи.

Тема 6. Обещание бренда (данная тема предусмотрена только с доступом «Бизнес» и «Премиум»).

Харизма в психологии бизнеса. Брендинг как комплекс мероприятий для создания устойчивой ассоциации между именем и продуктом. Что заставляет покупателя выбирать конкретный бренд. Обещание бренда. Стратегия позиционирования себя или компании.

Тема 7. Групповое занятие (данная тема предусмотрена только с доступом «Премиум»).

Онлайн-занятие с автором образовательной программы.

Оценочные материалы:

В модуле предусмотрен текущий контроль для доступа: «Базовый», «Бизнес» и «Премиум».

Формой текущего контроля является мониторинг учебной работы обучающихся, а также количество фактически прослушанных и пройденных ими тем, размещенных на онлайн-платформе.

Учебно-методические материалы модуля:

Учебно-методическая помощь обучающимся оказывается в форме дистанционных групповых консультаций автора программы путём размещения на онлайн-платформе соответствующего контента для самостоятельного изучения:

- дополнительные материалы в текстовом формате после лекционной части;
- другие дополнительные файлы в электронном виде.

7.4. Рабочая программа модуля 4. Внимание

Цель модуля — обеспечение знаниями и умениями взаимодействия с вниманием и управления вниманием публики.

Задачи:

- познакомить обучающихся с понятием «Фигура внимания»;
- познакомить обучающихся с понятием «Круги внимания»;
- раскрыть влияние внимания на повседневную жизнь человека;
- раскрыть соотношение невротической и позитивной потребности во внимании;
- раскрыть явления зрительного зала как в повседневной жизни, так и в профессиональной сфере;
- познакомить обучающихся с различными способами управления вниманием;
- раскрыть соотношение разрушительного и позитивного внимания;
- познакомить обучающихся с практическими приемами коммуникации в переговорах и самопрезентации.

Планируемые результаты

В результате освоения модуля обучающиеся будут знать:

- определение понятия «Фигура внимания»;
- определение понятия «Круги внимания»;
- основные способы управления вниманием публики;
- личные ассоциации с фигурой внимания;
- приемы управления вниманием в личной и профессиональной деятельности.

В результате освоения модуля обучающиеся будут уметь:

- пользоваться понятиями «Фигура внимания» и «Круги внимания»;
- снижать количество страха от проявления внимания;
- проявлять внимание к себе;
- использовать различные приемы управления вниманием публики.

В результате освоения модуля обучающиеся будут владеть:

- навыками внимания к себе;
- набором приемов управления вниманием в переговорах и самопрезентации;
- техниками взаимодействия с зрительным залом.

Содержание программы

Тема 1. Внимание и коммуникативная формула.

Исследование личных ассоциаций с вниманием: позитивным и негативным. Как Фигура внимания влияет на проявление человека. Коммуникативная модель: как мы проявляем различные грани персонажа в зависимости от того, перед кем играем. Управление качеством внимания, которое мы даем зрителям и себе.

Тема 2. Система внимания.

Что такое система внимания. Модель отношения с вниманием «Я и Зрительный зал». Кто в моем зрительном зале.

Тема 3. Сценическая задача и сверхзадача.

Понятие сценической задачи и сверхзадачи. Проявление сценической задачи. Сценическая задача и сверхзадача как инструменты целеполагания и коммуникации с людьми.

Тема 4. Взаимодействие с публикой.

Взаимодействие со зрительным залом и модель управления вниманием. Использование различных приемов управления вниманием.

Тема 5. Препятствие.

Понятие препятствия. Что может является препятствием. Аудитория как препятствие.

Тема 6. Практикум по отработке навыков №4.

Практическое упражнение, направленное на отработку навыков.

Тема 7. Актерское мастерство №4 (данная тема предусмотрена с доступом «Базовый» частично, с доступом «Бизнес» и «Премиум» в полном объеме).

Практическое занятие со специалистом по актерскому мастерству, голосу и сценической речи.

Тема 8. Управляемая проекция (данная тема предусмотрена только с доступом «Бизнес» и «Премиум»).

Понятие управляемой проекции. Использование управляемой проекции. Управляемая проекция как техника взаимодействия с аудиторией.

Тема 9. Сегменты клиентов и трудности внимания (данная тема предусмотрена только с доступом «Бизнес» и «Премиум»).

Метамодел и сегментирование клиентской аудитории.

Тема 10. Групповое занятие (данная тема предусмотрена только с доступом «Премиум»).

Онлайн-занятие с автором образовательной программы.

Оценочные материалы:

В модуле предусмотрен текущий контроль для доступа: «Базовый», «Бизнес» и «Премиум».

Формой текущего контроля является мониторинг учебной работы обучающихся, а также количество фактически прослушанных и пройденных ими тем, размещенных на онлайн-платформе.

Учебно-методические материалы модуля:

Учебно-методическая помощь обучающимся оказывается в форме дистанционных групповых консультаций автора программы путём размещения на онлайн-платформе соответствующего контента для самостоятельного изучения:

- дополнительные материалы в текстовом формате после лекционной части;
- другие дополнительные файлы в электронном виде.

7.5. Рабочая программа модуля 5. Видимость

Цель модуля — обеспечение знаниями и умениями проявлять необходимые качества для продвижения себя или своего бренда.

Задачи:

- познакомить обучающихся с понятием «Видимость»;
- познакомить обучающихся с понятием «Роли-подложки»;
- раскрыть правила создания запоминающегося персонажа;
- раскрыть значение соотношения проявленных и скрытых качеств персонажа в зависимости от сцены;

- познакомить обучающихся с использованием ролей-подложек для позиционирования;
- познакомить обучающихся с методами проявления и использования собственных недостатков.

Планируемые результаты

В результате освоения модуля обучающиеся будут знать:

- определение понятия «Видимость»;
- определение понятия «Роли-подложки»;
- правила создания запоминающегося персонажа.

В результате освоения модуля обучающиеся будут уметь:

- проявлять или скрывать качества своего персонажа в зависимости от сцены;
- бороться с синдромом самозванца;
- осознанно проявлять свои недостатки при позиционировании;
- строить стратегию своего позиционирования за счет проявления или сокрытия тех или иных качеств персонажа.

В результате освоения модуля обучающиеся будут владеть:

- приемами проявления нужных качеств на сцене;
- правилами создания запоминающегося персонажа;
- способами использования собственных недостатков для позиционирования.

Содержание программы

Тема 1. Понятие видимости и механизмы когнитивного искажения.

Что такое видимость и ее влияние на личность. Понятие механизмов и исследование когнитивного искажения.

Тема 2. Что станет видимым?

Как мы видим себя и как нас видят другие. Я не Я: внутренняя и внешняя угрозы. Типы Я. Преимущества слабых позиций. Как использовать недостатки в персональном брендинге.

Тема 3. Что сделать видимым?

Видимость как управление собой и освещением. Проявленность как умение управлять освещением. Стратегический подход к персонажу: как проявление разных качеств влияет на восприятие персонажа?

Тема 4. Практикум по отработке навыков №5.

Практическое упражнение, направленное на отработку навыков.

Тема 5. Актерское мастерство №5 (данная тема предусмотрена с доступом «Базовый» частично, с доступом «Бизнес» и «Премиум» в полном объеме).

Практическое занятие со специалистом по актерскому мастерству, голосу и сценической речи.

Тема 6. Противоречия в личном бренде (данная тема предусмотрена только с доступом «Бизнес» и «Премиум»).

Что такое противоречия. Как противоречия делают нас живыми и объемными. Противоречия персонажа. Исследование противоречий. Роли-подложки.

Тема 7. Групповое занятие (данная тема предусмотрена только с доступом «Премиум»).

Онлайн-занятие с автором образовательной программы.

Оценочные материалы:

В модуле предусмотрен текущий контроль для доступа: «Базовый», «Бизнес» и «Премиум».

Формой текущего контроля является мониторинг учебной работы обучающихся, а также количество фактически прослушанных и пройденных ими тем, размещенных на онлайн-платформе.

Учебно-методические материалы модуля:

Учебно-методическая помощь обучающимся оказывается в форме дистанционных групповых консультаций автора программы путём размещения на онлайн-платформе соответствующего контента для самостоятельного изучения:

- дополнительные материалы в текстовом формате после лекционной части;
- другие дополнительные файлы в электронном виде.

7.6. Рабочая программа модуля 6. Управление впечатлением и сторителлинг

Цель модуля — обеспечение знаниями и приемами когнитивно-поведенческой психологии и сценарного мастерства для создания сюжетных линий в продвижении себя или бренда.

Задачи:

- познакомить обучающихся с понятием «Сторителлинг»;
- познакомить обучающихся с понятием «Воспринимаемая ценность»;
- познакомить обучающихся с возможностями сюжетных линий в продвижении себя или бренда;
- раскрыть значение сюжетных линий в репутации бренда;
- раскрыть значение воспринимаемой ценности себя в своем окружении;
- раскрыть значение воспринимаемой ценности своего бренда в нише.

Планируемые результаты

В результате освоения модуля обучающиеся будут знать:

- определение понятия «Сторителлинг»;
- определение понятия «Воспринимаемая ценность»;
- способы создания сюжетных линий в продвижении;
- возможности когнитивно-поведенческой психологии в создании впечатления;
- значение сюжетных линий в репутации бренда;
- значение воспринимаемой ценности себя в своем окружении;
- значение воспринимаемой ценности своего бренда в нише.

В результате освоения модуля обучающиеся будут уметь:

- создавать сюжетные линии в продвижении;
- использовать приемы когнитивно-поведенческой психологии для создания впечатления;
- создавать воспринимаемую ценность личности и бренда.

В результате освоения модуля обучающиеся будут владеть:

- приемами сторителлинга и созданию сюжетных линий;
- приемами когнитивно-поведенческой психологии для создания интереса и впечатления;
- способами управления репутацией.

Содержание программы

Тема 1. Сторителлинг как инструмент продвижения.

Что такое сторителлинг. Основы сторителлинга для личного продвижения или продвижения бренда. Сторителлинг в социальных сетях.

Тема 2. Сюжетные линии в развитии бренда и элементы хорошей истории.

Что такое сюжетные линии. Как создавать вовлекающие сюжетные линии, ориентируясь

на свои ценности и цели. Сюжетные линии в репутации личности и бренда.

Тема 3. Как увлечь зрителя или читателя с помощью когнитивной психологии.

Воспринимаемая ценность.

Основы когнитивно-поведенческой психологии для управления вниманием и впечатлением. Понятие воспринимаемой ценности у личности и бренда. Как создать воспринимаемую ценность и с ее помощью и управлять впечатлением и репутацией. Отличие воспринимаемой ценности в личном окружении и в бизнес-нише.

Тема 4. Практикум по отработке навыков №6.

Практическое упражнение, направленное на отработку навыков.

Тема 5. Актерское мастерство №6 (данная тема предусмотрена с доступом «Базовый» частично, с доступом «Бизнес» и «Премиум» в полном объеме).

Практическое занятие со специалистом по актерскому мастерству, голосу и сценической речи.

Тема 6. «Маркетинговая история» (данная тема предусмотрена только с доступом «Бизнес» и «Премиум»).

Основные принципы сторителлинга в маркетинге. Сегменты клиентов. Управление вниманием и потребности разных типов аудитории.

Тема 7. Групповое занятие (данная тема предусмотрена только с доступом «Премиум»).

Онлайн-занятие с автором образовательной программы.

Практическое задание № 3.

Создание сторителлинга.

Оценочные материалы:

В модуле предусмотрен текущий контроль для доступа «Базовый».

В модуле предусмотрен текущий контроль и промежуточная аттестация для доступа: «Бизнес» и «Премиум».

Формой текущего контроля является мониторинг учебной работы обучающихся, а также количество фактически прослушанных и пройденных ими тем, размещенных на онлайн-платформе.

Формой промежуточной аттестации является Практическое задание №3.

Учебно-методические материалы модуля:

Учебно-методическая помощь обучающимся оказывается в форме дистанционных групповых консультаций автора программы путём размещения на онлайн-платформе соответствующего контента для самостоятельного изучения:

- дополнительные материалы в текстовом формате после лекционной части;
- другие дополнительные файлы в электронном виде.

7.7. Рабочая программа модуля 7. Звезда

Цель модуля — обеспечение знаниями и навыками быть в центре внимания и пробовать себя в новой роли.

Задачи:

- раскрыть основные причины, которые мешают быть в центре внимания;
- раскрыть способы признания собственных заслуг;
- познакомить обучающихся с техниками перевоплощения в новый образ;
- познакомить обучающихся с техниками ассимиляции изученного материала и полученных навыков;
- раскрыть значение экспериментов для получения нового позитивного опыта;

- познакомить обучающихся со способами применения изученного материала на практике.

Планируемые результаты

В результате освоения модуля обучающиеся будут знать:

- причины, препятствующие нахождению в центре внимания;
- способы перевоплощения в новый образ;
- техники ассимиляции изученного материала и полученных навыков;
- способы применения изученного материала на практике.

В результате освоения модуля обучающиеся будут уметь:

- перевоплощаться в новый образ для достижения практических целей;
- находиться в центре внимания;
- экспериментировать с новыми образами и получением позитивного опыта внимания;
- применять изученный материал на практике.

В результате освоения модуля обучающиеся будут владеть:

- способами перевоплощения в новый образ;
- техниками ассимиляции изученного материала и полученных навыков;
- знаниями о причинах, препятствующих нахождению в центре внимания.

Содержание программы

Тема 1. Удовольствие быть в центре внимания. Признание своих заслуг.

Что мешает быть в центре внимания. Внутренние ограничения. Негативный опыт внимания. Почему кажется, что заслуг нет. Как найти и признать свои заслуги. Как получать удовольствие от внимания, чтобы с радостью быть в центре внимания.

Тема 2. Практикум по отработке навыков №7.

Практическое упражнение, направленное на отработку навыков.

Тема 3. Актерское мастерство №7 (данная тема предусмотрена с доступом «Базовый» частично, с доступом «Бизнес» и «Премиум» в полном объеме).

Практическое занятие со специалистом по актерскому мастерству, голосу и сценической речи.

Тема 4. Ассимиляция и проба себя в новом образе персонажа. Подведение итогов.

Пробуем себя в новом образе. Как вжиться в персонажа и начать жить в новом образе каждый день. Как новый образ влияет на большие цели и повседневную рутину. Ассимиляция нового образа и нового опыта. Подведение итогов обучения.

Тема 5. Дополнительные инструменты позиционирования личного бренда (данная тема предусмотрена только с доступом «Бизнес» и «Премиум»).

Различные инструменты позиционирования и представленности личного бренда. Работа по выстраиванию позитивного восприятия бренда.

Тема 6. Групповое занятие (данная тема предусмотрена только с доступом «Премиум»).

Онлайн-занятие с автором образовательной программы.

Оценочные материалы:

В модуле предусмотрен текущий контроль для доступа «Базовый».

В модуле предусмотрен текущий контроль и итоговая аттестация для доступа: «Бизнес» и «Премиум».

Формой текущего контроля является мониторинг учебной работы обучающихся, а также количество фактически прослушанных и пройденных ими тем, размещенных на онлайн-платформе.

Формой итоговой аттестации является итоговое тестирование.

Учебно-методические материалы модуля:

Учебно-методическая помощь обучающимся оказывается в форме дистанционных групповых консультаций автора программы путём размещения на онлайн-платформе соответствующего контента для самостоятельного изучения:

- дополнительные материалы в текстовом формате после лекционной части;
- другие дополнительные файлы в электронном виде.

8. Формы аттестации и оценка результатов освоения программы

Для отслеживания результативности освоения программы проводятся: текущий контроль, промежуточная и итоговая аттестация.

Текущий контроль - оценка уровня и качества освоения тем программы обучающимися. Текущий контроль включает в себя мониторинг учебной работы обучающихся, а также количество фактически прослушанных и пройденных ими тем, размещенных на онлайн-платформе. Текущий контроль обучающихся проводится на протяжении всего обучения по программе.

Промежуточная аттестация - оценка уровня и качества освоения обучающимися дополнительной общеобразовательной общеразвивающей программы по итогам изучения модуля или в конце определенного периода обучения.

Промежуточная аттестация представляет собой практические задания.

Практические задания оцениваются как «выполнено», если соблюдены все требования к практической работе. Критерии оценивания практической работы заложены в лекционной части занятия.

Итоговая аттестация - оценка уровня и качества освоения обучающимися дополнительной общеобразовательной общеразвивающей программы по завершению всего периода обучения по программе. Итоговая аттестация проходит в формате тестирования по результатам которого ставится оценка «зачет/незачет». Для успешного прохождения итогового тестирования и получения оценки «зачет» необходимо набрать не менее 80% верных ответов по результатам теста.

По итогам своевременного завершения образовательной программы (07.06.2024):

- Обучающиеся, при условии ознакомления со всеми доступными материалами программы (т.е. фактически прослушанные и пройденные темы, размещенные на онлайн-платформе), могут получить Сертификат о прохождении программы в электронной форме и скачать его в личном кабинете. Возможность получить Сертификат сохраняется на период доступа обучающегося к материалам проекта.
- Обучающиеся с доступом «Бизнес» и «Премиум» при своевременном одновременном выполнении следующих условий: ознакомления со всеми доступными материалами программы (т.е. фактически прослушанные и пройденные темы, размещенные на онлайн-платформе), корректном выполнении практических заданий и успешной сдаче итогового тестирования (не менее 80% верных ответов по результатам теста) могут получить Диплом о дополнительном образовании. Доступ к итоговому тестированию и возможность получить Диплом до 23 июня 2024 г.

В соответствии с Федеральным законом от 29.12.2012 г. №273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» указанные документы не свидетельствуют о наличии профессионального образования.

9. Организационно-педагогические условия обучения

9.1. Учебно-методическое обеспечение программы

Материалы для изучения размещены в сети Интернет на онлайн-платформе (далее – СДО) <https://brazgovskaia.com/>. Доступ к СДО осуществляется с использованием информационных технологий, технических средств, информационно-телекоммуникационных сетей, обеспечивающих возможность самостоятельного изучения обучающимися обучающих материалов с рабочих мест.

Учебно-методическая помощь обучающимся оказывается путём размещения на онлайн-платформе соответствующего контента, а также в форме дистанционных групповых консультаций.

Для обучения используются следующие приложения: Программа «Яндекс Телемост», Браузер Яндекс, Браузер Google, мессенджер Telegram.

Обучение по Программе включает самостоятельную работу обучающегося (не более 50% от общего количества часов по Программе).

Основными видами самостоятельной работы обучающихся являются:

- формирование и усвоение содержания занятий на базе рекомендованной литературы, включая информационные образовательные ресурсы;
- изучение дополнительной информации, предоставляемой обучающимся на платформе обучения в виде текстов и прикрепленных файлов в электронном виде после аудио- и видео-лекций.

9.2. Материально-техническое обеспечение реализации программы

Реализация дополнительной общеобразовательной общеразвивающей программы с использованием исключительно электронного обучения и дистанционных образовательных технологий предполагает наличие специализированной образовательной платформы для электронного обучения.

Требования к рабочему месту обучающихся:

- Компьютер, ноутбук или телефон с выходом в интернет.

К оборудованию и технологическому оснащению рабочих мест обучающихся относится выход в сеть Интернет.

Требования к рабочему месту лектора:

- Компьютер или ноутбук со стандартным программным обеспечением.

К оборудованию и технологическому оснащению рабочего места преподавателя относится выход в сеть Интернет.

Используется телекоммуникационная сеть Интернет через установленные программно-технические средства на скорости не ниже 512 Кбит/с, скоростью прямого канала не ниже 512 Кбит/с, скоростью обратного канала не ниже 128 Кбит/с, использованием порта доступа в сеть Интернет со скоростью не ниже 30 Мбит/с и возможностью установления не менее 20 одновременных сессий по 512 Кбит/с.

Услуга подключения к сети Интернет предоставляется в режиме 24 часа в сутки 7 дней в неделю без учёта объёмов потребляемого трафика за исключением перерывов для проведения необходимых ремонтных и профилактических работ при обеспечении совокупной доступности услуг не менее 99%

9.3. Кадровый состав реализации программы

Реализация программы обеспечивается педагогическими работниками, имеющими высшее профессиональное образование, соответствующее профилю преподаваемого учебного предмета. В реализации программы могут принимать участие несколько педагогов, владеющих необходимыми знаниями, умениями и навыками.

9.4. Информационное обеспечение программы

Основная литература:

1. Аакер Д. Аакер о брендинге. 20 принципов достижения успеха / Д. Аакер. — М.: Эксмо, 2016. — 256с.
2. Берн Э. Игры, в которые играют люди. Люди, которые играют в игры / Э. Берн. — М.: Прогресс, 1988. — 400с.
3. Воннегут К., Макконнелл С. Пожалейте читателя. Как писать хорошо. / Пер. с англ. — А. Копапанадзе. - М.: «Альпина Паблишер», 2021. — 568 стр.
4. Галло К. Искусство сторителлинга. Как создавать истории, которые попадут в самое сердце аудитории / К. Галло. — М.: Бомбора, 2021. — 368с.
5. Гандапас Р. Харизма лидера / Р. Гандапас. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2023. — 224с.
6. Гиппиус С.В. Актерский тренинг. Гимнастика чувств / С.В. Гиппиус. — М.: АСТ, 2010. — 384с.
7. Джерас Т. Сториномика: Маркетинг, основанный на историях, в пострекламном мире / Т. Джерас, Р. Макки — М.: Альпина нон-фикшн, 2019. — 280с.
8. Кирдяшкина Т.А. Методы исследования внимания. Практикум по психологии: учеб. пособие / Т.А. Кирдяшкина. — Челябинск: Изд. ЮУрГУ, 1999. — 72с.
9. Кипнис М. Актерский тренинг. 128 лучших игр и упражнений для любого тренинга / М. Кипнис. — М.: АСТ, 2009. – 288с.
10. Кононова Е. Личный бренд с нуля / Е. Кононова. — М.: АСТ, 2017. — 256с.
11. Кристофер Воглер. Путешествие писателя. Мифологические структуры в литературе и кино / Пер. с англ. — М.: Альпина нон-фикшн, 2015. — 476 с.
12. Кроссли М. Нарративная психология. Самость, психологическая травма и конструирование смыслов / М. Кроссли. — М.: Гуманитарный центр, 2020. — 284с.
13. Литвинев Д.Г. Теоретические основы создания актерского образа / Д.Г. Литвинев, П.Г. Попов, Н.А. Зверева. — М.: ГИТИС, 2002. — 180с.
14. Лорэн К. Терапевтический театр. Экзистенциальная психодрама / К. Лорэн. — М.: Класс, 2014. — 208с.
15. Макки Р. Персонаж. Искусство создания образа на экране, в книге и на сцене / Р. Макки. — М.: Альпина нон-фикшн, 2022. — 408с.
16. Марк М. Герой и бунтарь. Как использовать архетипы на пользу бизнесу и творчеству / М. Марк, К. Пирсон — М.: Эксмо, 2023. — 432с.
17. Миллер Д. Расскажите о своем бренде так, чтобы в него влюбились / Д. Миллер. — М.: Альпина Паблишер, 2020. — 232с.

18. Морено Дж.Л. Театр спонтанности: пер. с англ. С. Инкина; под ред. Б.И. Хасана / Дж.Л. Морено. — Красноярск: Фонд ментального здоровья, 1993. — 124с.
19. Нафлик К.Н. Данные: визуализируй, расскажи, используй. Сторителлинг в аналитике / К.Н. Нафлик. — М.: Манн, Иванов и Фербер, 2020. — 288с.
20. Одден Л. Продающий контент. Как связать контент-маркетинг, SEO и социальные сети в единую систему / Л. Одден. — М.: Манн, Иванов и Фербер 2013. — 48с.
21. Питерс Т. Преврати себя в бренд. 50 верных способов перестать быть посредственностью / Т. Питерс. — М.: Манн, Иванов и Фербер, 2012. — 240с.
22. Пфеффер Д. Власть. Почему у одних она есть, а у других – нет / Д. Пфеффер. — М.: Карьера Пресс, 2014. — 288с.
23. Саленбахер Ю. Создайте личный бренд: как находить возможности, развиваться и выделяться: пер. с англ. Анастасии Семиной / Ю. Саленбахер. — М.: Манн, Иванов и Фербер, 2018. — 174с.
24. Сарабьян Э. Большая книга тренингов по системе Станиславского / Э. Сарабьян, О. Лоза — М.: АСТ, 2022. — 800с.
25. Симмонс А. Сторителлинг. Как использовать силу историй / Аннет Симмонс. — М.: Манн, Иванов и Фербер, 2013. — 272 с.
26. Станиславский К.С. Актерский тренинг. Работа актера над ролью / К.С. Станиславский. — М.: АСТ, 2009. — 480с.
27. Траут Д. Позиционирование: битва за умы / Д. Траут, Э. Райс. — СПб: Питер, 2018 — 320с.
28. Уайт М. Карты нарративной практики: введение в нарративную терапию / М. Уайт. — М.: Генезис, 2021. — 326с.
29. Фридман Д. Конструирование иных реальностей. Истории и рассказы, как терапия / Д. Фридман, Д. Комбс. — М.: Независимая фирма «Класс», 2001. — 368с.
30. Хатченс Д. 9 техник сторителлинга / Д. Хатченс. — Минск: Попурри, 2019. — 288с.
31. Харди Д. Накопительный эффект. От поступка – к привычке, от привычки – к выдающимся результатам / Д. Харди — М.: Бомбора, 2022. — 224с.
32. Чалдини Р. Психология влияния. Убеждай, воздействуй, защищайся / Р.Чалдини. — СПб: Питер, 2020 — 464с.
33. Чернатони Л. Брендинг. Как создать мощный бренд: пер. с англ. Б.Л. Ерёмина / Л. Чернатони, М. МакДональд. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 559с.
34. Шепель В.М. Имиджология. Как нравиться людям / В.М. Шепель. — М.: Народное образование, 2002. — 576с.
35. Шульц Д. Брендология: правда и вымыслы о брендинге / Д. Шульц. — М.: РИПОЛ КЛАССИК, 2006. — 255с.
36. Энкельманн Н.Б. Власть мотивации. Харизма, личность, успех / Н.Б. Энкельманн. — М.: Интерэксперт, 2001. — 272с.
37. Энкельманн Н.Б. Харизма. Личностные качества как средство достижения успеха в профессиональной и личной жизни / Н.Б. Энкельманн. — М.: Интерэксперт, 2000. — 232с.
38. Энрайт Джон: «Гештальт, ведущий к просветлению, или Пробуждение от кошмара» / Джон Энрайт — Издательство Медков, 2020 — 192 с.
39. Юнг К.Г. Архетип и символ / К.Г. Юнг. — М.: ИЛ, 1991. — 304с.
40. Юнг К.Г. Психологические типы / К.Г. Юнг. — СПб.: изд-во «Азбука», 1996. — 736с.
41. Nevel M.T. Personal Productivity Secrets / M.T. Nevel. — John Wiley & Sons, 2012. — 312p.
42. Nevel M.T. Attention Management: How to Create Success and Gain Productivity every day / M.T. Nevel. — Sourcebooks, 2019. — 136p.

Дополнительная литература:

1. Адлер А. Очерки по индивидуальной психологии /Под ред. Боковиков А.М. - М.: Когито-Центр, 2002 - 219с.
2. Ассаджиоли Р. Психосинтез: теория и практика. От душевного кризиса к высшему «Я» / Р. Ассаджиоли. — М.: РЕФЛ-бук, 1994. — 314с.
3. Бек А., Фримен А. Когнитивная психотерапия расстройств личности: пер. с англ. СПб.: Питер, 2017. - 448 с.
4. Василюк Ф.Е. Понимающая психотерапия как психотехническая система / Ф.Е. Василюк. – Санкт-Петербург: Питер, 2023. – 448 с.
5. Габдулина Л.И. Подходы к исследованию внимания в отечественной и зарубежной психологии / Л.И. Габдулина. — Ростов-на-Дону: ЮФУ, 2007. - 150с.
6. Гиппенрейтер Ю.Б. Психология внимания. Хрестоматия / Ю.Б. Гиппенрейтер, В.Л. Романова. — М.: АСТ, 2008. — 704с.
7. Елисеев О.П. Практикум по психологии личности: учебник для вузов / О. П. Елисеев. — 4-е изд., перераб. и доп. — М.: Юрайт, 2024. — 390с.
8. Киппер Д. Клинические ролевые игры и психодрама / Д. Киппер. — М.: ТОО "Независимая фирма "Класс", 1993. — 221с.
9. Маслоу А. Мотивация и личность. 3-е изд. / А. Маслоу. — СПб.: Питер, 2019. — 400с.
10. Минделл А. Сила безмолвия. Как работать с телесными симптомами / А. Минделл. — М.: Ганга, 2019. — 512с.
11. Райх В. Анализ личности: пер. Романюк С. Ю. и др. / В. Райх. — М.: КСП — СПб.: Ювента, 1999. — 334с.
12. Федоров А.П. Когнитивно - поведенческая психотерапия / А.П. Федоров. — СПб: Питер, 2002. — 334с.
13. Хорни К. Самоанализ. 2-е изд. — (Серия «Мастера психологии») / Хорни К.; К. Хорни. — Санкт-Петербург: Питер, 2023.
14. Эриксон М. Передовые приемы техники гипноза и терапии / М. Эриксон. — Акмола: Жана-Арка, 1994. — 76с.
15. Ялом И. Теория и практика групповой психотерапии / И. Ялом., Д. Ирвин. — СПб: Питер, 2000. — 640с.
16. Nevel M.T. Focus. HBR Emotional Intelligence Series / M.T. Nevel, D. Goleman, H. Grant, A. Jen Su, R. Hougaard — Harvard Business Review Press, 2018. — 176с.