



BRAND

طرح درس دوره

موضوع یادگیری: برندسازی شخصی (Personal Branding)		کد دوره: ۳۱
مدت زمان:	تاریخ پیشنهادی:	
۲۸ ساعت حضوری و ۳۵ ساعت غیرحضوری. هفت نیمروز، به صورت حضوری و آنلاین همزمان	پنجشنبه‌ها - عصر - از ساعت ۱۵:۰۷ تا ۱۹ از تاریخ ۴ مرداد به مدت هفت هفته (به جز روزهای تعطیل)	
شرایط فراگیران:	تعداد فراگیران:	
علاقمنند به یادگیری و با مشارکت مناسب در دوره بررسی انگیزه نامه کتبی یا صوتی و پذیرش در مصاحبه صرف زمان حدود ۵ ساعت در طی هفته برای انجام ۴۰ کاربست	حداکثر ۱۴ نفر حضوری (دوره VIP) به دلیل همراه بودن دوره با تمرین و کاربست و گفتگومحور بودن تعداد مخاطب دوره محدود است.	

بهای دوره: ۸۵,۰۰۰,۰۰۰ ریال (به دلیل محدود و مشخص بودن ظرفیت، نهایی‌سازی نام‌نویسی قبل از شروع دوره لازم است.)

چکیده دوره:

فاصله شما با ۱۰ برابر کسب دستاورد ظرف یک سال فقط یک چیز است: برخوردار شدن از برند شخصی! برندسازی فقط برای شرکت‌ها مطرح نمی‌باشد و هر فرد می‌تواند با داشتن اهداف مشخص و استفاده از استراتژی‌های مناسب یک برند پایدار داشته باشد. این برند به او کمک می‌کند تا در رسیدن به اهداف خود موفق شود. داشتن یک برند شخصی در دنیای امروز یک نیاز می‌باشد. برندسازی شخصی هزینه تبادل شما را با مشتریان و مخاطبان کاهش می‌دهد و شما را نزد آنها معتبر و تاثیرگذار می‌کند. با برند شخصی می‌توان به جایگاه‌سازی فردی رسید و به جایگاه‌یابی رقبا پرداخت.

موضوع برندسازی شخصی برای برخی از مشاغل که خدمات غیر ملموس ارائه می‌دهند از اهمیت بیشتری برخوردار است. در این بین صاحبان کسب و کار، مدیران، مدرسان، فروشندگان، فعالان سیاسی، مشاوران، پزشکان و مشاغل مشابه در زمینه برندسازی شخصی و ایجاد تصویری موثر در نزد مخاطبان نیاز به اقدامات ویژه‌ای دارند. این دوره افراد را برای اجرای فرآیند برندسازی شخصی صفر تا صد آماده می‌کند.





BRAND

طرح درس دوره

📖 اهداف شناختی (فراگیران پس از گذراندن این دوره می دانند):

📖 آشنایی با مفاهیم برند و برندسازی و برندسازی شخصی

📖 کشف اهمیت برندسازی شخصی و کاربردها

📖 اهداف رفتاری (فراگیران پس از گذراندن این دوره می توانند):

📖 توانایی اجرای روش‌های برندسازی شخصی عنوان یک مهارت نرم و بهبود رفتار

📖 توانایی برای انتقال مفاهیم به دیگران و تمرین و تکرار برای مهارت

📖 توانایی تحلیل و ادراک از تصویر کلی از برندسازی شخصی به عنوان مجموعه ای از مهارت‌ها

📖 توانایی اجرای روش‌های برندسازی شخصی برای سایر افراد

📖 توانایی برای آغاز تمرین و کسب تجربه در لایه «روش»

📖 بهبود رفتار و مهارت‌های نرم مورد نیاز مرتبط با پنج تای برند شخصی در لایه «منش»

📖 توانایی تحلیل و ادراک از تصویر برند شخصی نزد مخاطبین و دستیابی به اصالت و تمامیت در لایه

«بودش»

روش اجرا	مدت زمان	رئوس مطالب:
کارگاهی	۲ جلسه	<p>لایه اول - روش برندسازی شخصی</p> <p>در اغلب منابع برندسازی شخصی و دوره‌های یادگیری که بر اساس آن طراحی می‌شود به قسمت «روش های برندسازی شخصی» پرداخته می‌شود. این روش‌ها شامل موارد زیر است:</p> <p>فرآیند برندسازی شخصی</p> <p>تفاوت برندسازی، بازاریابی و برندسازی شخصی و جایگاه هر یک</p> <p>انواع برندسازی شخصی</p> <p>آسیب‌های و شکست‌ها در برندسازی شخصی</p> <p>تکنولوژی‌های نوین مورد استفاده</p> <p>مدیریت تعاملات و</p>





BRAND

طرح درس دوره

لایه دوم - مهارت‌های نرم برندسازی شخصی (منش برندسازی شخصی)

۳ جلسه

اما در دوره پیشنهادی موارد فوق در انجام کارگاه‌ها و در بازی‌های آموزشی مورد تمرین قرار می‌گیرد و موارد آکادمیک مربوطه مورد تاکید قرار نمی‌گیرد. در این دوره بر مهارت‌های برندسازی شخصی و مهارت‌های نرم مورد نیاز بیشتر تاکید می‌شود.

مدل پنج تایی برند شخصی نشان‌دهنده این مهارت‌هاست که در حین اجرای دوره با توجه به شناخت از فراگیران و بستر و زمینه‌های مداخله‌گر، به تناسب حذف و یا گسترده می‌شوند که شامل موارد زیر است:

تناسب به مفهوم متناسب بودن برند شخصی با ویژگی‌های فردی و استعدادها و قابلیت‌ها است.

تمایز به مفهوم وجود تفاوت معنادار با دیگران در سبک برند شخصی است.

تمرکز به مفهوم فعالیت تخصصی در یک یا چند موضوع، هدفگذاری و تهیه پلتفرم برای آن است.

تعامل به مفهوم همراستایی ارتباطات، توسعه شبکه ارتباطات و حضور موثر و مرتبط با نیاز مخاطبان است.

تداوم به مفهوم استمرار در برنامه‌ها و حضور مداوم است.

۲ جلسه





BRAND

طرح درس دوره

لایه سوم - راهبری برندسازی شخصی (بودش برندسازی شخصی)

این لایه از مهارت‌های برندسازی شخصی بیشتر جنبه تحولی دارد و مربوط به مباحث خودراهبری (Leadership) می‌شود. نوع آرایه این لایه متفاوت است و از مدل هستی‌شناسی-پدیدارشناسی بهره گرفته می‌شود. به عنوان مثال «اصالت» به عنوان یک امر مهم در «نوع بودن» افراد پدیدار می‌شود و در اجرای یک برندسازی شخصی موثر بسیار مهم است. دستیابی به مواردی از این قبیل از طریق «راهبر بودن» امکان‌پذیر است. با توجه به اینکه این لایه از یک حوزه گفتمانی تخصصی برخوردار است، در این دوره به اندازه نیاز در برندسازی شخصی به آن پرداخته می‌شود و با توجه به آمادگی فراگیران می‌توان برای ادامه مسیر یادگیری در دوره تخصصی «بودش» از آن بهره گرفت.

مدرس دوره : دکتر مهدی رفتاری



مدیرعامل شرکت آرشانیک آوید و مدرس دانشگاه

دکترای تخصصی (PhD) مدیریت رفتار از دانشگاه تهران، کارشناس ارشد مدیریت

راهبردی از دانشگاه شهید بهشتی و کارشناس مهندسی صنایع از دانشگاه صنعتی امیرکبیر (پلی تکنیک تهران).

مشاور مدیریت و دارای ۲۵ سال سابقه کار و تدریس مرتبط با سیستم و مدیریت و رفتار.

مدرس این دوره در مرکز آموزش مدیریت دولتی، هشت دوره تربیت مشاور مدیریت در انجمن مشاوران مدیریت ایران،

خانه‌سازی ایران، رفاه گستر، جامعه حسابداران رسمی، مرکز آموزش انجمن حسابداران خبره ایران، بانک ملت، بیمه ایران و بیش از یکصد شرکت خصوصی.

مبدع مدل «پنج تایی برند شخصی» به عنوان پایان‌نامه کارشناسی ارشد و مدل «راهبری برند شخصی» به عنوان رساله دکتری

اطلاعات تماس و همراهی:

0912 107 20 65

021 88 62 80 46

mraftari@gmail.com

1000 35 40

drraftari

drraftari

drraftari

drraftari

drraftari

mehdi.raftari

arshanik.com

drraftari.com
isohome.ir