

УТВЕРЖДАЮ
Первый проректор, проректор
по УР

_____ А.Е. Рудин

Рабочая программа дисциплины

Б1.В.05 Персональный брендинг

Учебный план: 2025-2026 42.03.01 ИБК Бренд-мен ОО №1-1-10.plx

Кафедра: **60** Бренд-коммуникаций

Направление подготовки:
(специальность) 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: Бренд-менеджмент
(специализация)

Уровень образования: бакалавриат

Форма обучения: очная

План учебного процесса

| Семестр (курс для ЗАО) | Контактная работа обучающихся | | Сам. работа | Контроль, час. | Трудоё мкость, ЗЕТ | Форма промежуточной аттестации |
|---------------------------|----------------------------------|-------------------|----------------|-------------------|--------------------------|--------------------------------------|
| | Лекции | Практ. занятия | | | | |
| 6 | УП | 17 | 34 | 56,75 | 0,25 | Зачет |
| | РПД | 17 | 34 | 56,75 | 0,25 | |
| Итого | УП | 17 | 34 | 56,75 | 0,25 | |
| | РПД | 17 | 34 | 56,75 | 0,25 | |

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденным приказом Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 512

Составитель (и):

кандидат философских наук, Доцент

Хамаганова Ксения
Владимировна

От кафедры составителя:

Заведующий кафедрой бренд-коммуникаций

Степанов Михаил
Александрович

От выпускающей кафедры:

Заведующий кафедрой

Савицкая Вероника
Юрьевна

Методический отдел:

1 ВВЕДЕНИЕ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1 Цель дисциплины: Сформировать компетенции обучающегося в области персонального брендинга.

1.2 Задачи дисциплины:

- Рассмотреть теоретические аспекты и практические особенности в области персонального бренда и деловой репутации.
- Раскрыть специфику и технологии формирования, развития и функционирования персонального бренда и деловой репутации.
- Показать особенности практики применения знаний в области персонального брендинга в профессиональной сфере.
- Ознакомить обучающихся с методическими разработками и основной литературой по дисциплине, навыками диагностики и формировании персонального бренда, разработке имиджевых программ.

1.3 Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Предварительная подготовка предполагает создание основы для формирования компетенций, указанных в п. 2, при изучении дисциплин:

Производственная практика (практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности)

2 КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

ПК-1: Способен разрабатывать маркетинговую стратегию для продукции СМИ

Знать: основы, типологию, структуру и инструменты создания персонального бренда.

Уметь: применять технологии создания и управления персональным брендом.

Владеть: навыками и технологиями анализа и создания персонального бренда.

3 РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

| Наименование и содержание разделов, тем и учебных занятий | Семестр (курс для ЗАО) | Контактная работа | | СР (часы) | Инновац. формы занятий | Форма текущего контроля |
|---|---------------------------|-------------------|---------------|--------------|------------------------------|-------------------------------|
| | | Лек. (часы) | Пр. (часы) | | | |
| Раздел 1. Теоретические аспекты персонального брендинга. | 6 | | | | | Т,ДС |
| Тема 1. Персональный брендинг: содержательные аспекты. Понятие и применимость персонального бренда. Практическое занятие: Модель работы и цели персонального брендинга | | 2 | 4 | 8 | ИЛ | |
| Тема 2. Аудит персонального бренда Практическое занятие: Аудит персонального бренда | | 2 | 4 | 7 | | |
| Раздел 2. Разработка Персоны-продукта | | | | | | ДС,3 |
| Тема 3. Концепция Персоны-продукта Практическое занятие: Категорийный анализ Персоны, MVP | | 2 | 4 | 7,75 | ИЛ | |
| Тема 4. Развитие Персоны-продукта. Отраслевые компетенции Практическое занятие: Развитие отраслевых компетенций | | 2 | 4 | 7 | | |
| Тема 5. Развитие Персоны-продукта. Поведенческие и творческие компетенции Практическое занятие: Развитие поведенческих компетенций Практическое занятие: Развитие творческих компетенций | | 2 | 4 | 7 | | |
| Раздел 3. Технологии формирования, управления и продвижения персонального бренда | | | | | | |
| Тема 6. Инструменты продвижения бренда специалиста / эксперта. Практические занятия: - Работа с резюме и портфолио. - Блог специалиста - Мини-форматы: визитка, самопрезентация, раздел о персоне | | 3 | 4 | 7 | ИЛ | 3 |
| Тема 7. Инструменты продвижения персонального бренда. Управление репутацией. Практические занятия: - Работа с резюме и портфолио. - Персональный блог | | 2 | 4 | 6 | | |
| Тема 8. Онлайн-продвижение персонального бренда. Особенности. Практическое занятие: создание проектов по онлайн-продвижению персоны. | | 2 | 6 | 7 | | |
| Итого в семестре (на курсе для ЗАО) | | 17 | 34 | 56,75 | | |
| Консультации и промежуточная аттестация (Зачет) | | | 0,25 | | | |

| | | | | | |
|--|--|-------|-------|--|--|
| Всего контактная работа и СР по дисциплине | | 51,25 | 56,75 | | |
|--|--|-------|-------|--|--|

4 КУРСОВОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ

Курсовое проектирование учебным планом не предусмотрено

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

5.1 Описание показателей, критериев и системы оценивания результатов обучения

5.1.1 Показатели оценивания

| Код компетенции | Показатели оценивания результатов обучения | Наименование оценочного средства |
|-----------------|---|--|
| ПК-1 | <p>Дает характеристику основ, типологию, структуру и инструменты создания персонального бренда.</p> <p>Выявляет, корректно формулирует и обосновывает факторы, влияющие на развитие персонального бренда.</p> <p>Использует технологии анализа персонального бренда и разрабатывает алгоритм создания, развития персонального бренда в онлайн и офлайн среде.</p> | <p>перечень вопросов для собеседования</p> <p>тестирование</p> <p>Практико-ориентированное задание</p> |

5.1.2 Система и критерии оценивания

| Шкала оценивания | Критерии оценивания сформированности компетенций | |
|------------------|---|-------------------|
| | Устное собеседование | Письменная работа |
| Зачтено | <p>Обучающийся своевременно представил результаты в форме презентации (Microsoft Office Power Point); в соответствии с требованиями выполнил тестовые задания по дисциплине, возможно допуская несущественные ошибки в ответе на вопросы преподавателя. Учитываются баллы, накопленные в течение семестра при подготовке ответов на устные вопросы и кейсы.</p> | |
| Не зачтено | <p>Обучающийся не выполнил (выполнил частично), не представил результаты в форме презентации (Microsoft Office Power Point); не смог изложить содержание и выводы в докладе, не сделал тестовые задания, допустил существенные ошибки в ответе на вопросы преподавателя. Не учитываются баллы, накопленные в течение семестра.</p> | |

5.2 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности

5.2.1 Перечень контрольных вопросов

| № п/п | Формулировки вопросов |
|-----------|---|
| Семестр 6 | |
| 1 | Персональный бренд: содержательные аспекты. |
| 2 | Классификация имиджа, структура. |
| 3 | Функции персонального бренда, принципы разработки персонального бренда. |
| 4 | Социально-психологический анализ профессии имиджмейкер. |
| 5 | Деловая репутация, авторитет и процесс формирования репутации. |
| 6 | Соотнесение понятий персональный имидж, персональный бренд, репутация, авторитет. |
| 7 | Личные качества специалиста как основа технологии самопрезентации. |
| 8 | Инструменты конструирования персонального бренда. |
| 9 | Персональное портфолио: сущностные аспекты и инструменты создания. |
| 10 | Формирование персонального имиджа с помощью стиля и эффективного взаимодействия. |

| | |
|----|---|
| 11 | Вербальный и кинетический компоненты персонального бренда. |
| 12 | PR- технологии продвижения персонального бренда. |
| 13 | Влияние внешнего вида на персональный имидж |
| 14 | Гендерные особенности гардероба. |
| 15 | Техники создания положительного визуального образа. |
| 16 | Технология самопрезентации. |
| 17 | Управление первым впечатлением. |
| 18 | Визитная карточка как технология самопрезентации. |
| 19 | Резюме как самопрезентация. Самореклама |
| 20 | Самоменеджмент как социально-психологическая технология формирования и управления персональным брендом. |
| 21 | Значение вербального и визуального имиджа в развитии профессиональной карьеры. |

5.2.2 Типовые тестовые задания

1. Является ли ортобиотичность важным принципом в формировании самоорганизации личности:

- А) Да, является
- Б) Нет, не является

2. Эмпатия способствует:

- А) пониманию другого человека
- Б) рациональному осмыслению человека
- В) формированию привлекательности какого-то человека для воспринимающего

3. Концепция эмоциональной грамотности делового человека включает в себя следующие характеристики:

- А) способность к правильной самооценке
- Б) зрелое управление собственными эмоциями
- В) правильная самомотивация
- Г) способность к сопереживанию
- Д) умение поддерживать отношения с разными людьми
- Е) все ответы верны

5.2.3 Типовые практико-ориентированные задания (задачи, кейсы)

1. Примените матрицу Эйзенхауэра для осуществления самоанализа, способствующего личностному и профессиональному росту.

2. Разработайте благодарственное письмо, как необходимого элемента создания и поддержания позитивного имиджа в системе деловых отношений.

5.3 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, владений (навыков и (или) практического опыта деятельности)

5.3.1 Условия допуска обучающегося к промежуточной аттестации и порядок ликвидации академической задолженности

Проведение промежуточной аттестации регламентировано локальным нормативным актом СПбГУПТД «Положение о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся»

5.3.2 Форма проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Устная + Письменная + Компьютерное тестирование Иная

5.3.3 Особенности проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Зачет проводится в устной форме по заранее утвержденным вопросам, заданиям и тестам. Время, отводимое на подготовку к ответу – 15 минут.

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1 Учебная литература

| Автор | Заглавие | Издательство | Год издания | Ссылка |
|--|----------|--------------|-------------|--------|
| 6.1.1 Основная учебная литература | | | | |

| | | | | |
|---|---|---|------|---|
| Абдурахманов, Р. А. | Социальная психология личности, общения и группы | Москва: Ай Пи Ар Медиа | 2024 | https://www.iprbookshop.ru/134186.html |
| Патрахина, Т. Н., Вялкова, К. С., Терещенко, Н. В. | Инструкция молодого специалиста. Как сформировать профессиональный имидж в социальной сети «ВКонтакте» | Нижневартовск: Нижневартовский государственный университет | 2020 | https://www.iprbookshop.ru/118978.html |
| Воржецов, А. Г., Токарева, О. В. | Конструирование имиджа женщин-парламентариев в современной России | Казань: Издательство КНИТУ | 2022 | https://www.iprbookshop.ru/129239.html |
| 6.1.2 Дополнительная учебная литература | | | | |
| Хакамада, И. | В предвкушении себя: от имиджа к стилю | Москва: Альпина Паблишер | 2024 | https://www.iprbookshop.ru/137990.html |
| Дробо, Кевин, Орлова, Ю. | Секреты сильного бренда: Как добиться коммерческой уникальности | Москва: Альпина Бизнес Букс | 2019 | http://www.iprbookshop.ru/82485.html |
| Тангейт, Марк, Шалунова, М. | Мужские бренды: Создание и продвижение товаров для сильного пола | Москва: Альпина Паблишер | 2019 | http://www.iprbookshop.ru/82729.html |
| Вильчинская-Бутенко М. Э., Брындина Г. В., Смирнова В. В. | Планирование и реализация кампаний по рекламе и связям с общественностью. Ч.1. Имиджеформирующие кампании в сфере бизнеса | СПб.: СПбГУПТД | 2014 | http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2071 |
| Мужицкая, Т., Белашева, И. | Измени жизнь, оставаясь собой: Личный ребрендинг | Москва: Альпина Паблишер | 2019 | http://www.iprbookshop.ru/82962.html |
| Кеннеди, Дэн, Уолтер, Форрест, Кевэл, Джим | Жесткий бренд-билдинг: Выжмите из клиента дополнительную маржу | Москва: Альпина Паблишер | 2019 | http://www.iprbookshop.ru/82942.html |
| Семенчук, В. | 101 способ раскрутки личного бренда: Как сделать себе имя | Москва: Альпина Паблишер | 2019 | http://www.iprbookshop.ru/82420.html |
| Смирнова В.В. | Персональный имидж | СПб.: СПбГУПТД | 2017 | http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2017612 |
| Офицерова, С. В. | Психология личности | Ставрополь: Северо-Кавказский федеральный университет | 2019 | http://www.iprbookshop.ru/92734.html |
| Гусева, Т. И., Катарьян, Т. В. | Психология личности | Саратов: Научная книга | 2019 | https://www.iprbookshop.ru/81081.html |

6.2 Перечень профессиональных баз данных и информационно-справочных систем

Федеральный образовательный портал «Экономика Социология Менеджмент» [Электронный ресурс].

URL: <http://ecsocman.hse.ru>

Информационный ресурсный центр по научной и практической психологии «ПСИ-ФАКТОР» [Электронный ресурс].

URL: <http://psyfactor.org/>

Электронно-библиотечная система IPRbooks [Электронный ресурс]. URL: <http://www.iprbookshop.ru/>

База профессиональных данных «Мир психологии» [Электронный ресурс]. URL: <http://psychology.net.ru/>

6.3 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения

MicrosoftOfficeProfessional

Microsoft Windows

6.4 Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

| Аудитория | Оснащение |
|----------------------|---|
| Лекционная аудитория | Мультимедийное оборудование, специализированная мебель, доска |
| Учебная аудитория | Специализированная мебель, доска |