

УТВЕРЖДАЮ
Первый проректор, проректор
по УР
_____ А.Е. Рудин

Рабочая программа дисциплины

Б1.В.05

Персональный брендинг

Учебный план: 2026-2027 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	3	Зачет
	РПД	17	34	56,75	0,25	3	
Итого	УП	17	34	56,75	0,25	3	
	РПД	17	34	56,75	0,25	3	

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

Составитель (и):

кандидат культурологии, доцент кафедры Бренд-коммуникаций

Савицкая Вероника
Юрьевна

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 СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование и содержание разделов, тем и учебных занятий	Семестр (курс для ЗАО)	Контактная работа		СР (часы)	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.		2	4	8	
Практическое занятие: Модель работы и цели персонального брендинга					
Тема 2. Аудит персонального бренда		2	4	7	
Практическое занятие: Аудит персонального бренда					ДС,3
Раздел 2. Разработка Персоны-продукта					
Тема 3. Концепция Персоны-продукта		2	4	7,75	
Практическое занятие: Категорийный анализ Персоны, MVP					
Тема 4. Развитие Персоны-продукта. Отраслевые компетенции		2	4	7	
Практическое занятие: Развитие отраслевых компетенций					
Тема 5. Развитие Персоны-продукта. Поведенческие и творческие компетенции		2	4	7	
Практическое занятие: Развитие поведенческих компетенций					
Практическое занятие: Развитие творческих компетенций					
Раздел 3. Технологии формирования, управления и продвижения персонального бренда					3
Тема 6. Инструменты продвижения бренда специалиста / эксперта.		3	4	7	
Практические занятия: - Работа с резюме и портфолио. - Блог специалиста - Мини-форматы: визитка, самопрезентация, раздел о персоне					
Тема 7. Инструменты продвижения персонального бренда. Управление репутацией.		2	4	6	
Практические занятия: - Работа с резюме и портфолио. - Персональный блог					
Тема 8. Онлайн-продвижение персонального бренда. Особенности.		2	6	7	
Практическое занятие: создание проектов по онлайн-продвижению персоны.					
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 БАЛЛЬНО-РЕЙТИНГОВАЯ СИСТЕМА ОЦЕНИВАНИЯ

Использование балльно-рейтинговой системы не предусмотрено.

6. ОПИСАНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ, КРИТЕРИЕВ, СИСТЕМЫ И СРЕДСТВ ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ

6.1 Показатели оценивания

Код компетенции	Показатели оценивания результатов обучения
ПК-1	Дает характеристику основ, типологию, структуру и инструменты создания персонального бренда. Выявляет, корректно формулирует и обосновывает факторы, влияющие на развитие персонального бренда. Использует технологии анализа персонального бренда и разрабатывает алгоритм создания, развития персонального бренда в онлайн и офлайн среде.

6.2 Система и критерии оценивания

Шкала оценивания	Критерии оценивания сформированности компетенций	
	Устное собеседование	Письменная работа
Зачтено	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.	
Не зачтено	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.	

6.3 Типовые контрольные задания и/или иные материалы, используемые для оценки результатов обучения

6.3.1 Типовые контрольные вопросы

№ 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.

6.3.2 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

6.3.3 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.

6.4 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов обучения

6.4.1 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»

6.4.2 Форма проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Устная ☐ + Письменная ☐ + Компьютерное тестирование ☐ Иная ☐

6.4.3 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.

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

7.1 Учебная литература

Автор	Заглавие	Издательство	Год издания	Ссылка
7.1.1 Основная учебная литература				
Абдурахманов, Р. А.	Социальная психология личности, общения и группы	Москва: Ай Пи Ар Медиа	2024	https://www.iprbooks.hop.ru/134186.html

Патрахина, Т. Н., Вялкова, К. С., Терещенко, Н. В.	Инструкция молодого специалиста. Как сформировать профессиональный имидж в социальной сети «ВКонтакте»	Нижневартонск: Нижневартонский 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
7.1.2 Дополнительная учебная литература				
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
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
Гусева, Т. И., Катарьян, Т. В.	Психология личности	Саратов: Научная книга	2019	http://www.iprbookshop.ru/81081.html
Офицерова, С. В.	Психология личности	Ставрополь: Северо-Кавказский федеральный университет	2019	http://www.iprbookshop.ru/92734.html
Хакамада, И.	В предвкушении себя: от имиджа к стилю	Москва: Альпина Паблишер	2024	https://www.iprbookshop.ru/137990.html

7.2 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/>

7.3 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения

MicrosoftOfficeProfessional

Microsoft Windows

7.4 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