

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 ЗАО №1-3-10.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: заочная

План учебного процесса

Семестр (курс для ЗАО)		Контактная работа обучающихся		Сам. работа	Контроль, час.	Трудоё мкость, ЗЕТ	Форма промежуточной аттестации
		Лекции	Практ. занятия				
3	УП	4		32		1	
	РПД	4		32		1	
4	УП		8	60	4	2	Зачет
	РПД		8	60	4	2	
Итого	УП	4	8	92	4	3	
	РПД	4	8	92	4	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)
		Лек. (часы)	Пр. (часы)	
Раздел 1. Теоретические аспекты персонального брендинга.	3			
Тема 1. Персональный брендинг: содержательные аспекты. Понятие и применимость персонального бренда.		2		16
Тема 2. Аудит персонального бренда		2		16
Итого в семестре (на курсе для ЗАО)		4		32
Консультации и промежуточная аттестация - нет		0		
Раздел 2. Разработка Персоны-продукта	4			
Тема 3. Концепция Персоны-продукта			2	10
Практическое занятие: Категорийный анализ Персоны, MVP				
Тема 4. Развитие Персоны-продукта. Отраслевые компетенции			2	10
Практическое занятие: Развитие отраслевых компетенций				
Тема 5. . Развитие Персоны-продукта. Поведенческие и творческие компетенции			1	10
Практическое занятие: Развитие поведенческих компетенций				
Практическое занятие: Развитие творческих компетенций				
Раздел 3. Технологии формирования, управления и продвижения персонального бренда				
Тема 6. Инструменты продвижения бренда специалиста / эксперта.			1	10
Практические занятия: - Работа с резюме и портфолио. - Блог специалиста - Мини-форматы: визитка, самопрезентация, раздел о персоне				
Тема 7. Инструменты продвижения персонального бренда. Управление репутацией.			1	10
Практические занятия: - Работа с резюме и портфолио. - Персональный блог				
Тема 8. Онлайн-продвижение персонального бренда. Особенности. Практическое занятие: создание проектов по онлайн-продвижению персоны.			1	10
Итого в семестре (на курсе для ЗАО)			8	60
Консультации и промежуточная аттестация (Зачет)		0,25		
Всего контактная работа и СР по дисциплине		12,25		92

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.	контрольная работа
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.	контрольная работа

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

6.3.1 Типовые контрольные вопросы

№ п/п	Формулировки вопросов
Курс 4	
1	Значение вербального и визуального имиджа в развитии профессиональной карьеры.
2	Самоменеджмент как социально-психологическая технология формирования и управления персональным брендом.
3	Резюме как самопрезентация. Самореклама.
4	Визитная карточка как технология самопрезентации.
5	Управление первым впечатлением.
6	Технология самопрезентации.
7	Техники создания положительного визуального образа.
8	Гендерные особенности гардероба.
9	Влияние внешнего вида на персональный имидж.
10	PR- технологии продвижения персонального бренда.
11	Вербальный и кинетический компоненты персонального бренда.
12	Персональное портфолио: сущностные аспекты и инструменты создания.
13	Формирование персонального имиджа с помощью стиля и эффективного взаимодействия.
14	Инструменты конструирования персонального бренда.

15	Личные качества специалиста как основа технологии самопрезентации.
16	Соотнесение понятий персональный имидж, персональный бренд, репутация, авторитет.
17	Деловая репутация, авторитет и процесс формирования репутации.
18	Социально-психологический анализ профессии имиджмейкер.
19	Функции персонального бренда, принципы разработки персонального бренда.
20	Классификация имиджа, структура.
21	Персональный бренд: содержательные аспекты.

6.3.2 Типовые тестовые задания

1. Является ли ортоботичность 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, тестам.
В течение семестра выполняются контрольные работы.

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
Воржецов, А. Г., Токарева, О. В.	Конструирование имиджа женщин-парламентариев в современной России	Казань: Издательство КНИТУ	2022	https://www.iprbooks.hop.ru/129239.html
7.1.2 Дополнительная учебная литература				

Тангейт, Марк, Шалунова, М.	Мужские бренды: Создание и продвижение товаров для сильного пола	Москва: Альпина Паблишер	2019	http://www.iprbookshop.ru/82729.html
Дробо, Кевин, Орлова, Ю.	Секреты сильного бренда: Как добиться коммерческой уникальности	Москва: Альпина Бизнес Букс	2019	http://www.iprbookshop.ru/82485.html
Мужицкая, Т., Белашева, И.	Измени жизнь, оставаясь собой: Личный ребрендинг	Москва: Альпина Паблишер	2019	http://www.iprbookshop.ru/82962.html
Смирнова В.В.	Персональный имидж	СПб.: СПбГУПТД	2017	http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2017612
Семенчук, В.	101 способ раскрутки личного бренда: Как сделать себе имя	Москва: Альпина Паблишер	2019	http://www.iprbookshop.ru/82420.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
Хакамада, И.	В предвкушении себя: От имиджа к стилю	Москва: Альпина Паблишер	2019	http://www.iprbookshop.ru/83010.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