

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Белгородский Валерий Савельевич  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 25.06.2024 16:05:45  
Уникальный программный ключ:  
8df276ee93e17c18e7bee9e7cad2d0ed9ab82479

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина  
(Технологии. Дизайн. Искусство)»

Институт социальной инженерии  
Кафедра социологии и рекламных коммуникаций

## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

### Личностный бренд

Уровень образования	бакалавриат
Направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность (профиль)	Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере
Направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность (профиль)	Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии
Направление подготовки	42.03.02 Журналистика
Направленность (профиль)	Периодические издания и мультимедийная журналистика
Направление подготовки	42.03.02 Журналистика
Направленность (профиль)	Ведение телевизионных программ
Направление подготовки	42.03.02 Журналистика
Направленность (профиль)	Радиожурналистика
Направление подготовки	42.03.04 Телевидение
Направленность (профиль)	Режиссура телевизионных и мультимедийных проектов
Направление подготовки	42.03.04 Телевидение
Направленность (профиль)	Звукорежиссура
Направление подготовки	42.03.04 Телевидение
Направленность (профиль)	Операторское дело, режиссура монтажа
Направление подготовки	29.03.01 Технология изделий легкой промышленности
Направленность (профиль)	Технологии цифрового производства изделий из кожи
Направление подготовки	29.03.01 Технология изделий легкой промышленности
Направленность (профиль)	Технологии цифрового производства швейных изделий
Направление подготовки	29.03.01 Технология изделий легкой промышленности
Направленность (профиль)	Технологии кожи и меха
Направление подготовки	29.03.05 Конструирование изделий легкой промышленности
Направленность (профиль)	Художественное моделирование и цифровое проектирование изделий из кожи
Направление подготовки	29.03.05 Конструирование изделий легкой промышленности
Направленность (профиль)	Конструирование и цифровое моделирование одежды
Направление подготовки	29.03.05 Конструирование изделий легкой промышленности
Направленность (профиль)	Цифровое моделирование
Направление подготовки	29.03.04 Технология художественной обработки материалов
Направленность (профиль)	Художественное колорирование в искусстве и дизайне
Направление подготовки	29.03.03 Технология полиграфического и упаковочного производства
Направленность (профиль)	Технологический дизайн и эко-брендинг упаковок
Направление подготовки	29.03.02 Технологии и проектирование текстильных изделий
Направленность (профиль)	Проектирование и художественное оформление текстильных изделий
Направление подготовки	29.03.02 Технологии и проектирование текстильных изделий

Направленность (профиль)	Инновационные текстильные технологии
Направление подготовки	29.03.02 Технологии и проектирование текстильных изделий
Направленность (профиль)	Цифровая экспертиза и товароведение непродовольственных товаров
Срок освоения образовательной программы по очной форме обучения	4 года
Форма(-ы) обучения	очная

Рабочая программа учебной дисциплины «Личностный бренд» основной профессиональной образовательной программы высшего образования, рассмотрены и одобрены на заседании кафедры, протокол № 8 от 25.03.2024 г.

Разработчик рабочей программы учебной дисциплины:

1. Старший преподаватель С.П. Баймешова

Заведующий кафедрой: Е.В. Мореева

## 1. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ

Учебная дисциплина «Личностный бренд» изучается в пятом семестре.  
Курсовая работа – не предусмотрена.

### 1.1. Форма промежуточной аттестации:

зачет

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП

Учебная дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений.

Основой для освоения дисциплины являются результаты обучения по предшествующим дисциплинам и практикам.

Результаты обучения по учебной дисциплине используются при изучении последующих дисциплин и прохождения практик.

## 2. ЦЕЛИ И ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Основной целью освоения дисциплины «Личностный бренд» является формирование у студентов представлений о значении персонального брендинга для успешного развития карьеры, а также методах и инструментах самостоятельной разработки и продвижения персонального бренда.

Цели освоения дисциплины:

- Избавиться от внутренних барьеров, мешающих собственному продвижению.
- Определить собственные сильные стороны.
- Сформировать бренд, основанный на личных ценностях.
- Определить целевые аудитории и каналы транслирования бренда.
- Уверенно презентовать себя на выступлениях, встречах, переговорах или собеседованиях.

Результатом обучения по дисциплине является овладение обучающимися знаниями, умениями, навыками и (или) опытом деятельности, характеризующими процесс формирования компетенций и обеспечивающими достижение планируемых результатов освоения дисциплины.

### 1.2. Формируемые компетенции, индикаторы достижения компетенций, соотнесённые с планируемыми результатами обучения по дисциплине:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ДПК-7 Способен создавать персональный образ в профессиональной деятельности и управлять им с использованием как традиционных, так и	ИД-ДПК-7.2 Формирование имиджа бренда в интернет-пространстве, выявление и применение инструментов его повышения, учет созданного имиджа в формировании профессионального образа	Навык раскрытия личностного потенциала в профессиональной деятельности с целью первоначального становления в профессии, дальнейшего роста и развития профессиональной деятельности

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
современных рекламных и PR-технологий	ИД-ДПК-7.3 Выявление и применение инструментов создания личного бренда с учетом современных тенденций отечественного и мирового рынков	Умение выявлять и применять инструменты создания личного бренда с учетом современных тенденций отечественного и мирового рынков Способность формировать имидж бренда в интернет-пространстве, выявлять и применять инструменты его повышения в формировании профессионального образа

## 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоёмкость учебной дисциплины по учебному плану составляет:

по очной форме обучения –	3	з.е.	96	час.
---------------------------	---	------	----	------

2.1. Структура учебной дисциплины для обучающихся по видам занятий (очная форма обучения)

Структура и объем дисциплины									
Объем дисциплины по семестрам	форма промежуточной аттестации	всего, час	Контактная аудиторная работа, час				Самостоятельная работа обучающегося, час		
			лекции, час	практические занятия, час	лабораторные занятия, час	практическая подготовка, час	курсовая работа	самостоятельная работа обучающегося, час	промежуточная аттестация, час
5 семестр	зачет	96	16	32				48	
Всего:		96	16	32				48	

2.2. Структура учебной дисциплины для обучающихся по видам занятий (заочная форма обучения) не предусмотрена

Структура и объем дисциплины									
Объем дисциплины по семестрам	форма промежуточной аттестации	всего, час	Контактная аудиторная работа, час				Самостоятельная работа обучающегося, час		
			лекции, час	практические занятия, час	лабораторные занятия, час	практическая подготовка, час	курсовая работа	самостоятельная работа обучающегося, час	промежуточная аттестация, час

## 2.3. Структура учебной дисциплины для обучающихся по разделам и темам дисциплины: (очная форма обучения)

Планируемые (контролируемые) результаты освоения: код(ы) формируемой(ых) компетенци(й) и индикаторов достижения компетенций	Наименование разделов, тем; форма(ы) промежуточной аттестации	Виды учебной работы				Самостоятельная работа, час	Виды и формы контрольных мероприятий, обеспечивающие по совокупности текущий контроль успеваемости; формы промежуточного контроля успеваемости
		Контактная работа					
		Лекции, час	Практические занятия, час	Лабораторные работы/ индивидуальные занятия, час	Практическая подготовка, час		
	<b>Пятый семестр</b>						
ДПК-7 ИД-ДПК-7.2 ИД-ДПК-7.3	<b>Раздел I. Построение личного бренда</b>	8	12			24	Формы текущего контроля по разделу I: Доклад Реферат Творческое задание
	Тема 1.1 Введение: основные определения и понятия	2					
	Тема 1.2 Построение личного бренда	3					
	Тема 1.3 Оформление личного бренда	3					
	Практическое занятие № 1.1 Введение: основные определения и понятия		4			8	
	Практическое занятие № 1.2 Построение личного бренда		4			8	
	Практическое занятие № 1.3 Оформление личного бренда		4			8	
ДПК-7 ИД-ДПК-7.2 ИД-ДПК-7.3	<b>Раздел II. Управление личностным брендом</b>	8	20			24	
	Тема 2.1 Продвижение личного бренда	4					
	Тема 2.2 Разработка стратегии и способов продвижения личного бренда	4					
	Практическое занятие № 2.1 Продвижение личного бренда		10			12	
	Практическое занятие № 2.2 Разработка стратегии и способов продвижения личного бренда		10			12	
	Зачет						зачет
	<b>ИТОГО за пятый семестр</b>	16	32			48	



## 2.5. Краткое содержание учебной дисциплины

№ пп	Наименование раздела и темы дисциплины	Содержание раздела (темы)
<b>Раздел I</b>	<b>Построение личного бренда</b>	
Тема 1.1	Введение: основные определения и понятия	<p>Определение понятия "личный бренд". Бренд и репутация. Цифровая трансформация как фактор влияния на коммуникации. Специфика формирования бренда в условиях цифровизации. Важность личного бренда в цифровой реальности. Роль личного бренда для руководителя. Цели личного бренда. Раскрытие понятия «личный бренд». Функции и задачи личного брендинга. Черты успешного руководителя. Бизнес-пример (персональный бренд Артемия Лебедева). Составляющие личного бренда. Эксклюзивность и последовательность. Мастерство и актуальность. Самопрезентация и коммуникация. Бизнес-пример (Стив Джобс).</p>
Тема 1.2	Построение личного бренда	<p>Стандартные этапы развития бренда. Этапы построения личного бренда: содержание и результат. Шаги создания личного бренда: определение своих целей и ценностей, определение своей ниши, создание уникального стиля и образа. Оценка внешней среды и целевой аудитории. Маркетинговые исследования. Конкурентный анализ. Уникальность личного бренда. Основные элементы мифа личного бренда. Архетипы и построение личного бренда. Позиционирование личного бренда. Миссия бренда. Позиционирование. Идеальная миссия личного бренда. Визуальное и лингвистическое позиционирование бренда. Оценка эффективности личного брендинга. Рейтинги оценки персональных брендов. Оценка уровня капитализации личного бренда. Типичные ошибки при построении личного бренда. 6 основных ошибок в создании персонального бренда.</p>
Тема 1.3	Оформление личного бренда	<p>Визуальная идентичность личного бренда. Внутренние качества и внешний образ. Составляющие визуальной идентичности: визуализация облика, коммуникативная механика, вербальный эффект. 5 основных ошибок самопрезентации. Фирменный стиль как элемент визуальной идентичности бренда. Фирменный стиль как элемент визуальной идентичности бренда. Требования к основным элементам. Инструменты создания личного бренда: создание профессионального портфолио, использование социальных сетей для продвижения своего бренда, участие в мероприятиях и конференциях. Работа над собой в построении личного бренда. Ораторское искусство. Физическое совершенствование, занятия спортом. Работа над собственным стилем и внешним обликом. Целеполагание, навыки самопрезентации. Управление личным брендом: мониторинг своей репутации, анализ результатов продвижения, постоянное развитие и улучшение своих навыков и знаний.</p>
<b>Раздел II</b>	<b>Управление личностным брендом</b>	
Тема 2.1	Продвижение личного бренда	<p>Методы продвижения персонального бренда. Алгоритмы самопиара. Основные целевые группы для продвижения: партнеры, инвесторы, клиенты, сотрудники, СМИ. Работа со СМИ. Формы работы со СМИ. Бизнес-пример:</p>

		внутрикорпоративная работа с персональными брендами Продвижение бренда в соцсетях. Роль сети Интернет в продвижении личного бренда. Персональный сайт. Блоги. Социальные сети. Рассылки. Веб-конференции и вебинары. Профессиональные сообщества в продвижении бренда. Участие в рейтингах. Написание статей, книг. Преподавание. Профильные конференции. Членство в ассоциациях и клубах. Модель продвижения товаров и услуг при помощи личного бренда.
Тема 2.2	Разработка стратегии и способов продвижения личного бренда	STP-модель в персональном брендинге. Миссия и видение персонального бренда. Личные и персональные цели по SMART. Понятие целевой аудитории и целевых групп. SWOT-анализ. Позиционирование персонального бренда. Комплекс маркетинга (4, 7 P). Выражение характерных особенностей бренда через основные каналы продвижения (сайт, соц.сети, специализированные ресурсы и т.д.)

## 2.6. Организация самостоятельной работы обучающихся

Самостоятельная работа студента – обязательная часть образовательного процесса, направленная на развитие готовности к профессиональному и личностному самообразованию, на проектирование дальнейшего образовательного маршрута и профессиональной карьеры.

Самостоятельная работа обучающихся по дисциплине организована как совокупность аудиторных и внеаудиторных занятий и работ, обеспечивающих успешное освоение дисциплины.

Аудиторная самостоятельная работа обучающихся по дисциплине выполняется на учебных занятиях под руководством преподавателя и по его заданию. Аудиторная самостоятельная работа обучающихся входит в общий объем времени, отведенного учебным планом на аудиторную работу, и регламентируется расписанием учебных занятий.

Внеаудиторная самостоятельная работа обучающихся – планируемая учебная, научно-исследовательская, практическая работа обучающихся, выполняемая во внеаудиторное время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия, расписанием учебных занятий не регламентируется.

Внеаудиторная самостоятельная работа обучающихся включает в себя:

- подготовку к лекциям и практическим занятиям;
- изучение учебных пособий;
- изучение теоретического и практического материала по рекомендованным источникам;
- написание тематических докладов и рефератов на проблемные темы;
- участие студентов в составлении тестов;
- подготовка к собеседованию;
- выполнение ситуативных заданий и кейсов;
- выполнение творческих заданий;
- решение задач;
- проведение исследовательских работ;
- подготовка к контрольной работе;
- выполнение курсовых работ;
- подготовка к промежуточной аттестации в течение семестра.



Самостоятельная работа обучающихся с участием преподавателя в форме иной контактной работы предусматривает групповую и (или) индивидуальную работу с обучающимися и включает в себя:

- проведение индивидуальных и групповых консультаций по курсовой работе;
- проведение консультаций перед экзаменом;
- проведение ежемесячных мастер-классов практиками медиарынка;
- индивидуальные консультации по организации самостоятельного изучения отдельных разделов/тем, базовых понятий учебной дисциплины.

## 2.7. Применение электронного обучения, дистанционных образовательных технологий

При реализации программы учебной дисциплины электронное обучение и дистанционные образовательные технологии применяются.

Реализация программы учебной дисциплины с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий регламентируется действующими локальными актами университета.

В электронную образовательную среду перенесены отдельные виды учебной деятельности:

использование ЭО и ДОТ	использование ЭО и ДОТ	объем, час	включение в учебный процесс
смешанное обучение	лекции		в соответствии с расписанием учебных занятий
	практические занятия		

### 3. РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ, СИСТЕМА И ШКАЛА ОЦЕНИВАНИЯ

#### 3.1. Соотнесение планируемых результатов обучения с уровнями сформированности компетенции(й).

Уровни сформированности компетенции(-й)	Итоговое количество баллов в 100-балльной системе по результатам текущей и промежуточной аттестации	Оценка в пятибалльной системе по результатам текущей и промежуточной аттестации	Показатели уровня сформированности
			Профессиональной(-ых) компетенции(-й)
			ДПК-7 ИД-ДПК-7.2 ИД-ДПК-7.3
высокий		отлично	Активно стремится приобрести навык раскрытия личностного потенциала в профессиональной деятельности с целью первоначального становления в профессии, дальнейшего роста и развития профессиональной деятельности Умеет выявлять и применять инструменты создания личностного бренда с учетом современных тенденций отечественного и мирового рынков Способен формировать имидж бренда в интернет-пространстве, выявлять и применять инструменты его повышения в формировании профессионального образа
повышенный		хорошо	Стремится приобрести навык раскрытия личностного потенциала в профессиональной деятельности с целью первоначального становления в профессии, дальнейшего роста и развития профессиональной деятельности Умеет выявлять инструменты создания личностного бренда с учетом современных тенденций отечественного и мирового рынков Пытается формировать имидж бренда в интернет-пространстве, выявлять и применять инструменты его повышения в формировании профессионального образа
базовый		удовлетворительно	Стремится приобрести навык раскрытия личностного потенциала в профессиональной деятельности с целью первоначального становления в профессии, дальнейшего роста и развития профессиональной деятельности Пытается выявлять инструменты создания личностного бренда с учетом современных тенденций отечественного и мирового рынков
низкий		неудовлетворительно	Демонстрирует фрагментарные знания теоретического и практического материал, допускает грубые ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации

			<p>Испытывает серьёзные затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, не владеет необходимыми для этого навыками и приёмами</p> <p>Выполняет задания только по образцу и под руководством преподавателя</p> <p>Ответ отражает отсутствие знаний на базовом уровне теоретического и практического материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы</p>
--	--	--	--

#### **4. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ, ВКЛЮЧАЯ САМОСТОЯТЕЛЬНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ**

При проведении контроля самостоятельной работы обучающихся, текущего контроля и промежуточной аттестации по учебной дисциплине «Профессиональная самореализация» проверяется уровень сформированности у обучающихся компетенций и запланированных результатов обучения по дисциплине, указанных в разделе 2 настоящей программы.

##### **4.1. Формы текущего контроля успеваемости, примеры типовых заданий:**

<b>№ пп</b>	<b>Формы текущего контроля</b>	<b>Примеры типовых заданий</b>
1	Доклад	<ul style="list-style-type: none"> <li>1 Основные мифы о личном бренде: кому и зачем он нужен?</li> <li>2 Самоанализ индивидуального уровня развития личного бренда</li> <li>3 Модель создания и развития персонального бренда</li> <li>4 Личностная уникальность как база для формирования бренда</li> <li>5 Работа с индивидуальными ценностями</li> <li>6 Поиск профессиональной уникальности</li> <li>7 Как рассказать о своей личной и профессиональной уникальности за 1 минуту</li> <li>8 Модель Elevator Pitch</li> <li>9 Как создать образ, соответствующий бренду</li> <li>10 Типичные ошибки и факторы успеха</li> <li>11 Digital brand: новая реальность и как ею управлять</li> <li>12 Каналы восприятия информации: где транслируется личный бренд</li> <li>13 Как презентовать себя уверенно: техника выступления</li> <li>14 Networking как инструмент управления личным брендом</li> <li>15 Стратегическое планирование: составление карты связей и влияния</li> </ul>
2	Реферат	<ul style="list-style-type: none"> <li>1. Функции персонального бренда в профессиональной коммуникации.</li> <li>2. Репутация персонального бренда.</li> <li>3. Технология создания вашего собственного бренда.</li> </ul>

№ пп	Формы текущего контроля	Примеры типовых заданий
		<p>4. Индивидуальность и конформизм в создании бренда как норма бренда. Аутентичность бренда.</p> <p>5. Аксиология бренда.</p> <p>6. Структура персонального бренда.</p> <p>7. Имидж как элемент персонального брендинга</p> <p>8. Система управления персональным брендом.</p> <p>9. Диагностика селф- бренда.</p> <p>10. Инструменты бренд-менеджмента: инструкции, обучение, специальные мероприятия, признание и поощрение</p> <p>11. Формирование навыков самопрезентации.</p> <p>12. Манипуляция и убеждение в управлении впечатлениями</p> <p>13. Самопрезентация как психологический феномен. Стратегии самопрезентации.</p> <p>14. Учет характеристик аудитории в самопрезентации.</p> <p>15. Риторика в персональном менеджменте.</p> <p>16. Невербальные составляющие персонального менеджмента.</p> <p>17. Методики установления контакта с аудиторией.</p> <p>18. Методы убеждающего воздействия.</p>
3	Творческое задание	<p>1. Индивидуальное задание по подбору 3 эффективных и 2 неэффективных аутентичных персональных бренда известных личностей (с аргументацией выбора)</p> <p>2. Групповое задание по подбору примеров персональных брендов в соответствии с выбранным архетипом.</p> <p>3. Организация интерактивной работы студентов в группах: игровые практики, посвященные анализу внутренних ценностей и потребностей в соответствии со сценарием</p> <p>4. Подготовка групповой презентации по теме «Ассоциативные открытки известных персональных брендов»</p> <p>5. Разработка стратегии собственного личностного бренда.          Примерная Схема стратегии персонального бренда:          1. Самоидентификация:          • уникальные личностные преимущества и ценности (на основе психологических/профориентационных тестов, определения своих архетипов и результатов игровых сессий);</p>

№ пп	Формы текущего контроля	Примеры типовых заданий
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• миссия и видение персонального бренда;</li> <li>• личные, социальные, профессиональные цели по SMART.</li> </ul> <p>2. Описание персонального продукта/проекта (планируемого к реализации в ближайшие 5 лет: трудоустройство в конкретную компанию/отрасль, волонтерская деятельность, стартап, профессиональное/тематическое сообщество, сервис и т.д.):</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ЦА проекта;</li> <li>• анализ рынка, конкурентного окружения;</li> <li>• соотнесение персональных и корпоративных ценностей;</li> <li>• SWOT анализ личности с учетом реализуемого проекта/продукта;</li> <li>• позиционирование и marketing-mix.</li> </ul> <p>3. Персональный бренд/сайт как визитка бренда:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• модель идентичности;</li> <li>• ассоциативная открытка;</li> <li>• описание сайта:</li> <li>• доменное имя</li> <li>• слоган/девиз/метафора</li> <li>• структура</li> <li>• цветовая гамма, используемые картинки/графика, другие визуальные средства</li> <li>• содержание основных разделов</li> <li>• наполнение раздела "Обо мне/О себе" и т.д. (brend-story).</li> </ul>
4	Тестирование	<p>10. Какой из перечисленных инструментов является частью стратегии создания личного бренда?</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. работа над своим имиджем и стилем одежды;</li> <li>2. покупка подписчиков в социальных сетях;</li> <li>3. использование общих фотографий в профилях социальных сетей;</li> <li>4. игнорирование отзывов и комментариев в интернете.</li> </ol> <p>11. Какой из следующих факторов НЕ является важным для создания личного бренда?</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. качественное выполнение работы;</li> <li>2. уникальность и оригинальность;</li> <li>3. активность в социальных сетях;</li> <li>4. отсутствие личных целей и мотивации.</li> </ol> <p>12. Какой из перечисленных факторов поможет определить целевую аудиторию личного бренда?</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. разнообразие контента на странице в социальных сетях;</li> </ol>

№ пп	Формы текущего контроля	Примеры типовых заданий
		<p>2. количество подписчиков на странице в социальных сетях;</p> <p>3. цель и задачи, которые ставит перед собой личный бренд;</p> <p>4. фотографии с путешествий и личной жизни на странице в социальных сетях.</p> <p>13. Какой из перечисленных факторов является правильным подходом при работе со СМИ для построения личного бренда?</p> <p>1. избегать любых контактов со СМИ;</p> <p>2. отвечать на все вопросы журналистов максимально кратко и обще;</p> <p>3. планировать и подготавливаться к интервью, определяя ключевые сообщения и аргументы;</p> <p>4. игнорировать негативные статьи и комментарии в СМИ.</p> <p>14. Какой элемент фирменного стиля личного бренда отображает его индивидуальность и уникальность?</p> <p>1. логотип;</p> <p>2. цветовая гамма;</p> <p>3. типографика;</p> <p>4. стиль общения и поведения в социальных сетях.</p> <p>15. Какой из вариантов наиболее соответствует правильному подходу к целеполаганию при создании личного бренда?</p> <p>1. не задаваться целями, а просто делать то, что нравится;</p> <p>2. задавать слишком амбициозные цели, чтобы мотивировать себя;</p> <p>3. определить конкретные и реалистичные цели, которые помогут достичь желаемого результата;</p> <p>4. предоставить другим людям решать, какие цели стоит ставить перед собой.</p>

#### 4.2. Критерии, шкалы оценивания текущего контроля успеваемости:

Наименование оценочного средства (контрольно-оценочного мероприятия)	Критерии оценивания	Шкалы оценивания	
		100-балльная система	Пятибалльная система

Наименование оценочного средства (контрольно-оценочного мероприятия)	Критерии оценивания	Шкалы оценивания		
		100-балльная система	Пятибалльная система	
Тест	<p>За выполнение каждого тестового задания испытуемому выставляются баллы. Номинальная шкала предполагает, что за правильный ответ к каждому заданию выставляется один балл, за не правильный — ноль. В соответствии с номинальной шкалой, оценивается всё задание в целом, а не какая-либо из его частей.</p> <p>В заданиях с выбором нескольких верных ответов, заданиях на установление правильной последовательности, заданиях на установление соответствия, заданиях открытой формы используют порядковую шкалу. В этом случае баллы выставляются не за всё задание, а за тот или иной выбор в каждом задании, например, выбор варианта, выбор соответствия, выбор ранга, выбор дополнения.</p> <p>В соответствии с порядковой шкалой за каждое задание устанавливается максимальное количество баллов, например, три. Три балла выставляются за все верные выборы в одном задании, два балла - за одну ошибку, один - за две ошибки, ноль — за полностью неверный ответ.</p> <p>Правила оценки всего теста:  общая сумма баллов за все правильные ответы составляет наивысший балл, например, 20 баллов. В спецификации указывается общий наивысший балл по тесту.</p> <p>Также устанавливается диапазон баллов, которые необходимо набрать для того, чтобы получить отличную, хорошую, удовлетворительную или неудовлетворительную оценки.</p> <p>Рекомендуемое процентное соотношение баллов и оценок по пятибалльной системе.</p> <p>«2» - равно или менее 40%  «3» - 41% - 64%  «4» - 65% - 84%  «5» - 85% - 100%</p>		5	85% - 100%
			4	65% - 84%
			3	41% - 64%
			2	40% и менее 40%
Реферат	Реферат выполнен полностью. Нет ошибок в логических рассуждениях. Возможно наличие одной неточности или описки, не являющиеся следствием незнания или непонимания учебного материала. Обучающийся показал полный объем знаний,		5	

Наименование оценочного средства (контрольно-оценочного мероприятия)	Критерии оценивания	Шкалы оценивания	
		100-балльная система	Пятибалльная система
	умений в освоении пройденных тем и применение их на практике.		
	Реферат выполнен полностью, но обоснований шагов решения недостаточно. Допущена одна ошибка или два-три недочета.		4
	Допущены более одной ошибки или более двух-трех недочетов.		3
	Реферат выполнен не полностью. Допущены грубые ошибки. Реферат не подготовлен.		2
Доклад	Доклад выполнен полностью. Нет ошибок в логических рассуждениях. Возможно наличие одной неточности или описки, не являющиеся следствием незнания или непонимания учебного материала. Обучающийся показал полный объем знаний, умений в освоении пройденных тем и применение их на практике.		5
	Доклад выполнен полностью, но обоснований шагов решения недостаточно. Допущена одна ошибка или два-три недочета.		4
	Допущены более одной ошибки или более двух-трех недочетов.		3
	Доклад выполнен не полностью. Допущены грубые ошибки. Доклад не подготовлен.		2
Творческое задание	Обучающийся (член рабочей группы), в процессе решения творческого задания продемонстрировал глубокие знания дисциплины, сущности проблемы, были даны логически последовательные, содержательные, полные, правильные и конкретные ответы на все вопросы; даны рекомендации по использованию данных в будущем для аналогичных ситуаций.		5
	Обучающийся (член рабочей группы), правильно рассуждает и принимает обоснованные верные решения, однако, имеются незначительные неточности, представлен недостаточно полный выбор стратегий поведения/ методов/ инструментов (в части обоснования);		4
	Обучающийся (член рабочей группы), слабо ориентируется в материале, в рассуждениях не демонстрирует логику ответа, плохо владеет профессиональной терминологией, не раскрывает суть проблемы и не предлагает конкретного ее решения.		3



Наименование оценочного средства (контрольно-оценочного мероприятия)	Критерии оценивания	Шкалы оценивания	
		100-балльная система	Пятибалльная система
	Обучающийся не принимал активного участия в работе группы, выполнившей задание на «хорошо» или «отлично».		
	Обучающийся (член рабочей группы) не принимал участие в работе группы. Группа не справилась с заданием на уровне, достаточном для проставления положительной оценки.		2

#### 4.3. Промежуточная аттестация:

Форма промежуточной аттестации	Типовые контрольные задания и иные материалы для проведения промежуточной аттестации:
Зачет: в устной форме по вопросам	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Цели личного бренда: раскрытие понятия «личный бренд».</li> <li>2. Функции и задачи личного брендинга.</li> <li>3. Черты успешного руководителя.</li> <li>4. Бизнес-пример (персональный бренд Артемия Лебедева).</li> <li>5. Составляющие личного бренда: эксклюзивность и последовательность, мастерство и актуальность, самопрезентация и коммуникация.</li> <li>6. Бизнес-пример (Стив Джобс).</li> <li>7. Построение личного бренда: общая характеристика.</li> <li>8. Стандартные этапы развития бренда.</li> <li>9. Этапы построения личного бренда: содержание и результат.</li> <li>10. Оценка внешней среды и целевой аудитории: маркетинговые исследования, конкурентный анализ.</li> </ol>

## 4.4. Критерии, шкалы оценивания промежуточной аттестации учебной дисциплины:

Форма промежуточной аттестации	Критерии оценивания	Шкалы оценивания	
Наименование оценочного средства		100-балльная система	Пятибалльная система
Зачет: в устной форме по вопросам	<p>Обучающийся:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– демонстрирует знания отличающиеся глубиной и содержательностью, дает полный исчерпывающий ответ, как на основные вопросы билета, так и на дополнительные;</li> <li>– свободно владеет научными понятиями, ведет диалог и вступает в научную дискуссию;</li> <li>– способен к интеграции знаний по определенной теме, структурированию ответа, к анализу положений существующих теорий, научных школ, направлений по вопросу билета;</li> <li>– логично и доказательно раскрывает проблему, предложенную в билете.</li> </ul> <p>Ответ не содержит фактических ошибок и характеризуется глубиной, полнотой, уверенностью суждений, иллюстрируется примерами, в том числе из собственной практики.</p>		5
	<p>Обучающийся:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– показывает достаточное знание учебного материала, но допускает несущественные фактические ошибки, которые способен исправить самостоятельно, благодаря наводящему вопросу;</li> <li>– недостаточно раскрыта проблема по одному из вопросов билета;</li> <li>– недостаточно логично построено изложение вопроса;</li> <li>– успешно выполняет предусмотренные в программе практические задания средней сложности, активно работает с основной литературой.</li> </ul> <p>В ответе раскрыто, в основном, содержание билета, имеются неточности при ответе на дополнительные вопросы.</p>		4
	<p>Обучающийся:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– показывает знания фрагментарного характера, которые отличаются поверхностностью и малой содержательностью, допускает фактические грубые ошибки;</li> </ul>		3

Форма промежуточной аттестации	Критерии оценивания	Шкалы оценивания	
Наименование оценочного средства		100-балльная система	Пятибалльная система
	<p>– не может обосновать закономерности и принципы, объяснить факты, нарушена логика изложения, отсутствует осмысленность представляемого материала, представления о межпредметных связях слабые.</p> <p>Содержание билета раскрыто слабо, имеются неточности при ответе на основные и дополнительные вопросы билета, ответ носит репродуктивный характер. Неуверенно, с большими затруднениями решает практические задачи или не справляется с ними самостоятельно.</p>		
	<p>Обучающийся, обнаруживает существенные пробелы в знаниях основного учебного материала.</p> <p>На большую часть дополнительных вопросов по содержанию экзамена затрудняется дать ответ или не дает верных ответов.</p>		2

4.5. Примерные темы курсовой работы: не предусмотрена

4.6. Критерии, шкалы оценивания курсовой работы не предусмотрены

#### 4.7. Система оценивания результатов текущего контроля и промежуточной аттестации.

Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.

Форма контроля	100-балльная система	Пятибалльная система
Текущий контроль:		
- собеседование		2 – 5
- ситуационные задачи		2 – 5
- доклад		2 – 5
- творческое задание		2 – 5
Промежуточная аттестация собеседование		отлично хорошо удовлетворительно неудовлетворительно
<b>Итого за семестр</b> зачет		отлично хорошо удовлетворительно неудовлетворительно

Полученный совокупный результат конвертируется в пятибалльную систему оценок в соответствии с таблицей:

100-балльная система	пятибалльная система	
	зачет с оценкой/экзамен	зачет
85 – 100 баллов	отлично зачтено (отлично)	зачтено
65 – 84 баллов	хорошо зачтено (хорошо)	
41 – 64 баллов	удовлетворительно зачтено (удовлетворительно)	
0 – 40 баллов	неудовлетворительно	не зачтено

## 5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Реализация программы предусматривает использование в процессе обучения следующих образовательных технологий:

- проблемная лекция;
- проектная деятельность;
- интерактивная лекция;
- групповая дискуссия;
- мастер-классы специалистов и работодателей;
- анализ ситуаций и имитационных моделей;
- поиск и обработка информации с использованием сети Интернет;
- дистанционные образовательные технологии;
- применение электронного обучения;
- просмотр художественных фильмов с их последующим анализом;
- использование на лекционных занятиях видеоматериалов и наглядных пособий;
- самостоятельная работа в системе компьютерного тестирования;
- обучение в сотрудничестве (командная, групповая работа);
- технологии с использованием игровых методов: ролевых, деловых игр.

## **6. ПРАКТИЧЕСКАЯ ПОДГОТОВКА**

Практическая подготовка в рамках учебной дисциплины реализуется при проведении практических занятий, предусматривающих участие обучающихся в выполнении отдельных элементов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

Проводятся отдельные занятия лекционного типа, которые предусматривают передачу учебной информации обучающимся, которая необходима для последующего выполнения курсовой работы.

## **7. ОРГАНИЗАЦИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ**

При обучении лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов используются подходы, способствующие созданию безбарьерной образовательной среды: технологии дифференциации и индивидуального обучения, применение соответствующих методик по работе с инвалидами, использование средств дистанционного общения, проведение дополнительных индивидуальных консультаций по изучаемым теоретическим вопросам и практическим занятиям, оказание помощи при подготовке к промежуточной аттестации.

При необходимости рабочая программа дисциплины может быть адаптирована для обеспечения образовательного процесса лицам с ограниченными возможностями здоровья, в том числе для дистанционного обучения.

Учебные и контрольно-измерительные материалы представляются в формах, доступных для изучения студентами с особыми образовательными потребностями с учетом нозологических групп инвалидов:

Для подготовки к ответу на практическом занятии, студентам с ограниченными возможностями здоровья среднее время увеличивается по сравнению со средним временем подготовки обычного студента.

Для студентов с инвалидностью или с ограниченными возможностями здоровья форма проведения текущей и промежуточной аттестации устанавливается с учетом индивидуальных психофизических особенностей (устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т.п.).

Промежуточная аттестация по дисциплине может проводиться в несколько этапов в форме рубежного контроля по завершению изучения отдельных тем дисциплины. При необходимости студенту предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на зачете или экзамене.

Для осуществления процедур текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся создаются, при необходимости, фонды оценочных средств, адаптированные для лиц с ограниченными возможностями здоровья и позволяющие оценить достижение ими запланированных в основной образовательной программе результатов обучения и уровень сформированности всех компетенций, заявленных в образовательной программе.

## **8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

Характеристика материально-технического обеспечения дисциплины составляется в соответствии с требованиями ФГОС ВО.

Материально-техническое обеспечение *дисциплины* при обучении с использованием традиционных технологий обучения.

Наименование учебных аудиторий, лабораторий, мастерских, библиотек, спортзалов, помещений для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования и т.п.	Оснащенность учебных аудиторий, лабораторий, мастерских, библиотек, спортивных залов, помещений для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования и т.п.
<b>115419, г. Москва, ул. Донская 39, строение 4, учебный корпусб</b>	
аудитории для проведения занятий лекционного типа	комплект учебной мебели, технические средства обучения, служащие для представления учебной информации большой аудитории: – ноутбук; – проектор; – экран
аудитории для проведения практических занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	комплект учебной мебели, технические средства обучения, служащие для представления учебной информации большой аудитории: – ноутбук, – проектор; – экран
<b>Помещения для самостоятельной работы обучающихся</b>	<b>Оснащенность помещений для самостоятельной работы обучающихся</b>
читальный зал библиотеки:	– компьютерная техника, подключенная к сети «Интернет»

Материально-техническое обеспечение учебной дисциплины при обучении с использованием электронного обучения и дистанционных образовательных технологий.

Необходимое оборудование	Параметры	Технические требования
Персональный компьютер/ноутбук/планшет, камера, микрофон, динамики, доступ в сеть Интернет	Веб-браузер	Версия программного обеспечения не ниже: Chrome 72, Opera 59, Firefox 66, Edge 79, Яндекс.Браузер 19.3
	Операционная система	Версия программного обеспечения не ниже: Windows 7, macOS 10.12 «Sierra», Linux
	Веб-камера	640x480, 15 кадров/с
	Микрофон	любой
	Динамики (колонки или наушники)	любые
	Сеть (интернет)	Постоянная скорость не менее 192 кБит/с

Технологическое обеспечение реализации дисциплины осуществляется с использованием элементов электронной информационно-образовательной среды университета.

## 9. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

№ п/ п	Автор(ы)	Наименование издания	Вид издания (учебник, УП, МП и др.)	Издательство	Год изда ния	Адрес сайта ЭБС или электронного ресурса (заполняется для изданий в электронном виде)	Количество экземпляров в библиотеке Университета
1	2	3	4	5	6	7	8
<b>9.1 Основная литература, в том числе электронные издания</b>							
1	Л. Б. Шнейдер, З. С. Акбиева, О. П. Цариценце ва	Психология карьеры	учебник и практикум для вузов	Москва : Издательство Юрайт	2023	<a href="https://urait.ru/bcode/515756">https://urait.ru/bcode/515756</a>	
2	Н. С. Пряжников	Профориентология	учебник и практикум для вузов	Москва : Издательство Юрайт	2023	<a href="https://urait.ru/bcode/511114">https://urait.ru/bcode/511114</a>	
3	Беляева, М. А	Азы имиджологии. Имидж личности, организации, территории	УП	— 2-е изд. — Москва, Екатеринбург : Кабинетный ученый, 2017	2021		
<b>9.2 Дополнительная литература, в том числе электронные издания</b>							
1	Константинов, В. В.	Профессиональная этика. Тесты	учебное пособие для вузов	Москва : Издательство Юрайт	2023	<a href="https://urait.ru/bcode/519686">https://urait.ru/bcode/519686</a>	
<b>9.3 Методические материалы (указания, рекомендации по освоению дисциплины авторов РГУ им. А. Н. Косыгина)</b>							
1	Карпова Е.Г., Кашеев О.В., Усик С.П.	Реклама и связи с общественностью. Учебно- методическое пособие по подготовке и защите курсовых работ	Учебно- методическое пособие	М.: МГУДТ, 2022	2022	ИСИ	10

## 10. ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА

### 10.1. Ресурсы электронной библиотеки, информационно-справочные системы и профессиональные базы данных:

#### Ресурсы электронной библиотеки

- **ЭБС Znanium.com» научно-издательского центра «Инфра-М»** <http://znanium.com/> (учебники и учебные пособия, монографии, сборники научных трудов, научная периодика, профильные журналы, справочники, энциклопедии);  
**Электронные издания «РГУ им. А.Н. Косыгина» на платформе ЭБС «Znanium.com»** <http://znanium.com/> (электронные ресурсы: монографии, учебные пособия, учебно-методическими материалы, выпущенными в Университете за последние 10 лет);
- **ООО «ИВИС»** <https://dlib.eastview.com> (электронные версии периодических изданий ООО «ИВИС»);
- **Web of Science** <http://webofknowledge.com/> (обширная международная универсальная реферативная база данных);
- **Scopus** <https://www.scopus.com> (международная универсальная реферативная база данных, индексирующая более 21 тыс. наименований научно-технических, гуманитарных и медицинских журналов, материалов конференций примерно 5000 международных издательств);
- **«SpringerNature»** <http://www.springernature.com/gp/librarians> (международная издательская компания, специализирующаяся на издании академических журналов и книг по естественнонаучным направлениям);
- **Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU** <https://elibrary.ru> (крупнейший российский информационный портал в области науки, технологии, медицины и образования);
- **ООО «Национальная электронная библиотека» (НЭБ)** <http://нэб.рф/> (объединенные фонды публичных библиотек России федерального, регионального, муниципального уровня, библиотек научных и образовательных учреждений);
- **«НЭИКОН»** <http://www.neicon.ru/> (доступ к современной зарубежной и отечественной научной периодической информации по гуманитарным и естественным наукам в электронной форме);
- **«Polpred.com Обзор СМИ»** <http://www.polpred.com> (статьи, интервью и др. информгентств и деловой прессы за 15 лет).

#### Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы:

- [http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat\\_main/rosstat/ru/statistics/databases/](http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/databases/);
- <http://www.scopus.com/>;
- <http://elibrary.ru/defaultx.asp>;
- <http://www.garant.ru/>;
- <http://www.onestopenglish.com>
- <http://lessons.study.ru>
- <http://www.wikipedia.org>
- <http://www.idoceanline.com>
- <http://www.english.ru>
- <http://study-english.info>
- <http://oup.com/elt/result>

№ пп	Электронные учебные издания, электронные образовательные ресурсы
1.	ЭБС «Лань» <a href="http://www.e.lanbook.com/">http://www.e.lanbook.com/</a>
2.	«Znanium.com» научно-издательского центра «Инфра-М» <a href="http://znanium.com/">http://znanium.com/</a>
3.	Электронные издания «РГУ им. А.Н. Косыгина» на платформе ЭБС «Znanium.com» <a href="http://znanium.com/">http://znanium.com/</a>
4.	



Профессиональные базы данных, информационные справочные системы	
1.	
2.	
3.	

## 10.2. Перечень программного обеспечения

1. Microsoft® Windows® XP Professional Russian Upgrade/Software Assurance Pack Academic OPEN No Level, артикул E85-00638; № лицензия 18582213 от 30.12.2004 (бессрочная корпоративная академическая лицензия);
2. Microsoft® Office Professional Win 32 Russian License/Software Assurance Pack Academic OPEN No Level, артикул 269-05620; лицензия №18582213 от 30.12.2004;
3. Kaspersky Endpoint Security для бизнеса - Стандартный Russian Edition, 250-499 Node 1 year Educational Renewal License лицензия №17EO-171228-092222-983-1666 от 28.12.2017;
4. Microsoft® Office Professional Plus 2007 Russian Academic OPEN No Level, артикул 79P-00039; лицензия №43021137 от 15.11.2007;
5. 1С: предприятие 8. Клиентская лицензия на 10 рабочих мест (программная защита). Правообладатель ООО «Бизнес и Технология», сублицензионный договор № 9770 от 22.06.2016.
6. Операционная система Linux. (свободно распространяемое программное обеспечение под Linux).
7. Microsoft Windows XP Professional Russian Upgrade, Software Assurance Pack Academic Open No Level, лицензия № 44892219 от 08.12.2008, справка Microsoft «Условия использования лицензии»;
8. Microsoft Office Professional Plus 2007 Russian Academic Open No Level, лицензия 49413779, справка Microsoft «Условия использования лицензии»;
9. Dr. Web Desktop Security Suite, Антивирус + Центр управления на 12 мес., артикул LBWAC-12M-200-B1, договор с АО «СофтЛайн Трейд» № 219/17-КС от 13.12.2017;
10. Adobe Photoshop Extended CS5 12.0 WIN AOO License RU (65049824), 12 лицензий, WIN S/N 1330-1002-8305-1567-5657-4784, Mac S/N 1330-0007-3057-0518-2393-8504, от 09.12.2010, ( копия лицензии).
11. Adobe Illustrator CS5 15.0 WIN AOO License RU (65061595), 17 лицензий, WIN S/N 1034-1008-8644-9963-7815-0526, MAC S/N 1034-0000-0738-3015-4154-4614 от 09.12.2010, (копия лицензии);
12. Adobe Reader (свободно распространяемое).
13. Microsoft Windows Professional 7 Russian Upgrade Academic Open No Level, артикул FQC-02306, лицензия № 46255382 от 11.12.2009, (копия лицензии);
14. Microsoft Office Professional Plus 2010 Russian Academic Open No Level, лицензия 47122150 от 30.06.2010, справка Microsoft «Условия использования лицензии»;
15. Система автоматизации библиотек ИРБИС64, договора на оказание услуг по поставке программного обеспечения №1/28-10-13 от 22.11.2013г.; №1/21-03-14 от 31.03.2014г. (копии договоров);
16. Google Chrome (свободно распространяемое).

№п/п	Программное обеспечение	Реквизиты подтверждающего документа/ Свободно распространяемое
1.	Windows 10 Pro, MS Office 2019	контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019
2.	PrototypingSketchUp: 3D modeling for everyone	контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019
3.	V-Ray для 3Ds Max	контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019
4.		
5.		...

**ЛИСТ УЧЕТА ОБНОВЛЕНИЙ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

В рабочую программу учебной дисциплины внесены изменения/обновления и утверждены на заседании кафедры:

<b>№ пп</b>	<b>год обновления РПД</b>	<b>характер изменений/обновлений с указанием раздела</b>	<b>номер протокола и дата заседания кафедры</b>