



Федеральное агентство по рыболовству
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Калининградский государственный технический университет»
(ФГБОУ ВО «КГТУ»)

Начальник УРОПСИ
В.А. Мельникова

Рабочая программа дисциплины
«ПЕРСОНАЛЬНЫЙ МАРКЕТИНГ И БРЕНДИНГ»
(«Модуль саморазвития»)

основных профессиональных образовательных программ бакалавриата и специалитета

РАЗРАБОТЧИК

УРОПСИ
Кафедра менеджмента

1 ЦЕЛЬ И ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1 Целью освоения дисциплины «Персональный маркетинг и брендинг» является формирование у будущих специалистов теоретических знаний и практических навыков в области персонального маркетинга и брендинга для успешного карьерного развития, самостоятельного создания и продвижения личного бренда, грамотного позиционирования себя на рынке труда.

1.2 Процесс изучения дисциплины направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО и ОПОП ВО.

Таблица 1 – Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с установленными компетенциями

Код и наименование компетенции	Дисциплины	Результаты обучения (владения, умения и знания), соотнесенные с компетенциями
Для основных профессиональных образовательных программ бакалавриата		
<p>УК-4: Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах); УК-6: Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни.</p>	<p>Персональный маркетинг и брендинг</p>	<p><u>Знать:</u> - принципы непрерывного самообразования и самоорганизации; - личные и профессиональные компетенции специалистов в своих сферах деятельности; - принципы и инструменты маркетингового аудита и самодиагностики личности; - особенности и пути выстраивания траектории саморазвития на основе принципов персонального маркетинга и брендинга. <u>Уметь:</u> - управлять своим временем для реализации траектории личностного и профессионального саморазвития; - проводить личностную и профессиональную самодиагностику; - определять направления и цели саморазвития, разрабатывать маркетинговые персональные стратегии. <u>Владеть:</u> - инструментами маркетингового анализа трендов профессионального развития специалистов; - методами самоорганизации и саморазвития в личностном и профессиональном аспектах.</p>
Для основных профессиональных образовательных программ специалитета		
<p>УК-4 Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия; УК-6 Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и</p>	<p>Персональный маркетинг и брендинг</p>	<p><u>Знать:</u> - принципы непрерывного самообразования и самоорганизации; - личные и профессиональные компетенции специалистов в своих сферах деятельности; - принципы и инструменты маркетингового аудита и самодиагностики личности; - особенности и пути выстраивания траектории саморазвития на основе принципов персонального маркетинга и брендинга. <u>Уметь:</u></p>

Код и наименование компетенции	Дисциплины	Результаты обучения (владения, умения и знания), соотнесенные с компетенциями
способы ее совершенствования на основе самооценки и образования в течение всей жизни		<ul style="list-style-type: none"> - управлять своим временем для реализации траектории личностного и профессионального саморазвития; - проводить личностную и профессиональную самодиагностику; - определять направления и цели саморазвития, разрабатывать маркетинговые персональные стратегии. <p><u>Владеть:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - инструментами маркетингового анализа трендов профессионального развития специалистов; - методами самоорганизации и саморазвития в личностном и профессиональном аспектах.

2 ТРУДОЁМКОСТЬ ОСВОЕНИЯ, СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ ФОРМЫ АТТЕСТАЦИИ ПО НЕЙ

Дисциплина «Персональный маркетинг и брендинг» входит в модуль Саморазвития и относится к блоку 1 обязательной части. Является дисциплиной по выбору и реализуется:

- во 2 семестре («Персональный маркетинг и брендинг (весна)») или в 3 семестре («Персональный маркетинг и брендинг (осень)») для студентов очной и очно-заочной форм обучения,

- на 2 курсе в зимнюю или летнюю сессию для студентов заочной формы обучения.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных единицы (з.е.), т.е 72 академических часа (54 астр. часов) контактной и самостоятельной учебной работы студента; работой, связанной с текущей и промежуточной (заключительной) аттестацией по дисциплине.

Распределение трудоемкости освоения дисциплины по семестрам, видам учебной работы студента, а также формы контроля приведены ниже.

Таблица 2 - Объем (трудоемкость освоения) в очной форме обучения и структура дисциплины

Наименование	Форма контроля	з.е.	Акад. часов	Контактная работа					СРС	Подготовка и аттестация в период сессии
				Лек	Лаб	Пр	РЭ	КА		
Персональный маркетинг и брендинг	3	2	72	16		16	3	0,15	36,85	
Итого по дисциплине:		2	72	16		16	3	0,15	36,85	

Таблица 3 - Объем (трудоемкость освоения) в очно-заочной форме обучения и структура дисциплины

Наименование	Форма контроля	з.е.	Акад. часов	Контактная работа					СРС	Подготовка и аттестация в период сессии
				Лек	Лаб	Пр	РЭ	КА		
Персональный маркетинг и брендинг	3	2	72	6		6	2	0.15	57,85	
Итого по дисциплине:		2	72	6		6	2	0.15	57,85	

Таблица 4 - Объем (трудоёмкость освоения) в заочной форме обучения и структура дисциплины

Наименование	Форма контроля	з.е.	Акад. часов	Контактная работа				СРС	Подготовка и аттестация в период сессии
				Лек	Лаб	Пр	РЭ		
Персональный маркетинг и брендинг	3	2	72	2		2	2	62	4
Итого по дисциплине:		2	72	2		2	2	62	4

Обозначения: З – зачет; Лек – лекционные занятия; Лаб - лабораторные занятия; Пр – практические занятия; РЭ – контактная работа с преподавателем в ЭИОС; КА – контактная работа, консультации, инд. занятия, практики и аттестации; СРС – самостоятельная работа студентов

При разработке образовательной технологии организации учебного процесса основной упор сделан на соединение активной и интерактивной форм обучения. Интерактивная форма позволяет студентам проявить самостоятельность в освоении теоретического материала и овладении практическими навыками, формирует интерес и позитивную мотивацию к учебе.

3 УЧЕБНАЯ ЛИТЕРАТУРА И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТА

Учебно-методическое обеспечение дисциплины приведено в таблицах 5 и 6.

Таблица 5 – Перечень основной и дополнительной литературы

Наименование дисциплины	Основная литература	Дополнительная литература
Персональный маркетинг и брендинг	<p>1. Новаторов, В. Е. Персональный маркетинг / В. Е. Новаторов. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2016. – 281 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=430606 (дата обращения: 21.05.2024). – ISBN 978-5-4475-6004-1. – DOI 10.23681/430606. – Текст : электронный.</p> <p>2. Крылова, Л. В. Брендинг : учебное пособие / Л. В. Крылова, Я. В. Дегтярева. — Донецк : ДонНУЭТ имени Туган-Барановского, 2023. — 150 с. — Режим доступа: для авториз. пользователей. — Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/403931 (дата обращения: 24.05.2024). — ISBN 978-5-00202-424-7. — Текст : электронный.</p> <p>3. Персональный брендинг : учебное пособие / составители Л. А. Поликарпова, Н. В. Дмитриева. — учебное пособие. — Кемерово : КемГУ, 2023. — 94 с. — Режим доступа: для авториз. пользователей. — Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/392201 (дата обращения: 21.05.2024). — ISBN 978-5-8353-3052-2. — Текст : электронный.</p> <p>4. Жесткова, Н. А. Бренд-коммуникации : учебное пособие / Н. А. Жесткова. — Самара : ПГУТИ, 2021. — 96 с. — Режим доступа: для авториз. пользователей. — Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/301232 (дата обращения: 24.05.2024). — Текст : электронный.</p>	<p>1. Шевченко, Д. А. Основы современного маркетинга : учебник / Д. А. Шевченко. – 4-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2024. – 614 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=709871 (дата обращения: 03.06.2024). – ISBN 978-5-394-05623-9. – Текст : электронный.</p> <p>2. Грошев, И. В. Системный бренд-менеджмент : учебник / И. В. Грошев, А. А. Краснослободцев. – Москва : Юнити-Дана, 2017. – 656 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=685109 (дата обращения: 30.05.2024). – ISBN 978-5-238-02203-1. – Текст : электронный.</p> <p>3. Баранова, С. А. Основы брендинга : учебное пособие / С. А. Баранова. — Сочи : СГУ, 2018. — 98 с. — Режим доступа: для авториз. пользователей. — Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/147813 (дата обращения: 24.05.2024). — Текст : электронный.</p> <p>4. Сайкин, Е. А. Основы брендинга : учебное пособие / Е. А. Сайкин. — Новосибирск : НГТУ, 2016. — 56 с. — Режим доступа: для авториз. пользователей. — Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/118507 (дата обращения: 24.05.2024). — ISBN 978-5-7782-2906-8. — Текст : электронный.</p> <p>5. Симакина, М. А. Управление брендами : учебное пособие / М. А. Симакина. — Москва : МосГУ, 2018. — 84 с. — Режим доступа: для авториз. пользователей. — Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/403100 (дата обращения: 24.05.2024). — ISBN 978-5-907017-39-9. — Текст : электронный.</p>

Таблица 6 – Перечень периодических изданий, учебно-методических пособий и нормативной литературы

Наименование дисциплины	Периодические издания	Учебно-методические пособия, нормативная литература
Персональный маркетинг и брендинг	«Маркетинг», «Маркетинг в России и за рубежом»	<p>1. Панфилова, А. П. Презентации и переговоры в профессиональной деятельности : учебно-методическое пособие / А. П. Панфилова ; под редакцией Н. О. Верещагиной. — Санкт-Петербург : РГПУ им. А. И. Герцена, 2021. — 252 с. — Режим доступа: для авториз. пользователей. — Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/252605 (дата обращения: 30.05.2024). — ISBN 978-5-8064-3065-7. — Текст : электронный.</p> <p>2. Колик, А. В. Брендинг : учебно-методическое пособие / А. В. Колик. — Минск : БГУ, 2018. — 175 с. — Режим доступа: для авториз. пользователей. — Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/180497 (дата обращения: 24.05.2024). — ISBN 978-985-566-621-0. — Текст : электронный.</p>

4 ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ И ИНТЕРНЕТ-РЕСУРСЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Информационные технологии

В ходе освоения дисциплины, обучающиеся используют возможности интерактивной коммуникации со всеми участниками и заинтересованными сторонами образовательного процесса, ресурсы и информационные технологии посредством электронной информационной образовательной среды университета.

Перечень современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем, к которым обучающимся по образовательной программе обеспечивается доступ (удаленный доступ), а также перечень лицензионного программного обеспечения определяется в рабочей программе и подлежит обновлению при необходимости.

Электронные образовательные ресурсы:

Российская образовательная платформа и конструктор бесплатных открытых онлайн-курсов и уроков: <https://stepik.org>

Образовательная платформа: <https://openedu.ru/>

Состав современных профессиональных баз данных (СПБД) и информационных справочных систем (ИСС).

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

- Информационный ресурсный центр по научной и практической психологии «ПСИ-ФАКТОР» [Электронный ресурс]. URL: <http://psyfactor.org/>

- Личный бренд – журнал для предпринимателей Inc.Russia: <https://incrussia.ru/tag/lichnyj-brend/>

- Научно-образовательный портал IQ – Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики»: <https://iq.hse.ru/>

- Официальный сайт Ирины Хакамады: <https://hakamada.ru>

- Сайт Сообщество эффективных менеджеров: <https://www.e-xecutive.ru>

- Тайм-менеджмент и основы самоорганизации [Электронный ресурс]: <https://helpiks.org/9-59172.html>

- vc.ru – бизнес, технологии, идеи, модели роста, стартапы: <https://vc.ru/>

5 МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Аудиторные занятия проводятся в специализированных аудиториях с мультимедийным оборудованием, в компьютерных классах, а также в других аудиториях университета согласно расписанию занятий.

Консультации проводятся в соответствии с расписанием консультаций.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.

При освоении дисциплины используется программное обеспечение общего назначения и специализированное программное обеспечение.

Перечень соответствующих помещений и их оснащения приведен в таблице 7.

Таблица 7 – Материально-техническое обеспечение дисциплины

Наименование дисциплины	Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения
Персональный маркетинг и брендинг	г. Калининград, Малый переулок, 32, УК №2, ауд. 214М - учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, практических занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Специализированная (учебная) мебель - учебная доска, стол преподавателя, парты, стулья. Демонстрационное мультимедийное оборудование: проектор, экран, компьютер. Акустическая система.	1. Операционная система Windows 7 (получаемая по программе Microsoft "Open Value Subscription") 2. Офисное приложение MS Office Standard 2016 (получаемое по программе Microsoft "Open Value Subscription") 3. Kaspersky Endpoint Security 4. Google Chrome (GNU)
	г. Калининград, Малый переулок, 32, УК №2, ауд. 106 М - помещение для самостоятельной работы	Специализированная (учебная) мебель - учебная доска, стол преподавателя, парты, стулья 4 компьютера с подключением к сети Интернет и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации, комплект лицензионного программного обеспечения	Типовое ПО на всех ПК 1. Операционная система Windows 10 (получаемая по программе Microsoft "Open Value Subscription") 2. Офисное приложение MS Office Standard 2016 (получаемое по программе Microsoft "Open Value Subscription") 3. Kaspersky Endpoint Security 4. Google Chrome (GNU) 5. САБ Ирбис 64 6. КонсультантПлюс»

6 ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ АТТЕСТАЦИИ, СИСТЕМА ОЦЕНИВАНИЯ И КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ

Типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки результатов освоения дисциплины (в т.ч. в процессе освоения), а также методические материалы, определяющие процедуры этой оценки приводятся в приложении к рабочей программе дисциплины (утверждается отдельно).

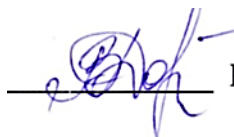
Оценивание результатов обучения может проводиться с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий.

7 СВЕДЕНИЯ О РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ И ЕЕ СОГЛАСОВАНИИ

Рабочая программа дисциплины «Персональный маркетинг и брендинг» представляет собой компонент основных профессиональных образовательных программ бакалавриата и специалитета.

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры менеджмента (протокол № 11 от 14.05.2024 г.).

Заведующая кафедрой



В.В. Дорофеева

Директор института



А.Г. Мнаçаканян