



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

Начальник УРОПС
В.А. Мельникова

Рабочая программа дисциплины
«ПЕРСОНАЛЬНЫЙ МАРКЕТИНГ И БРЕНДИНГ»
(модуль «Саморазвития»)

основных профессиональных образовательных программ бакалавриата и специалитета

РАЗРАБОТЧИК

УРОПС
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
<p>УК-4: Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах);</p> <p>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></p> <ul style="list-style-type: none"> - 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. <p><u>Уметь:</u></p> <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:

- в 2 семестре («Персональный маркетинг и брендинг (весна)») или 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 (трудоёмкость 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 (трудоёмкость 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 размещен на официальном сайте университета в информационно - телекоммуникационной сети «Интернет».

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).

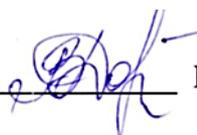
Оценивание результатов обучения может проводиться с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий.

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.

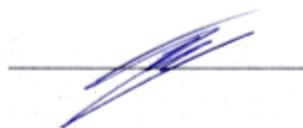
Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры менеджмента (протокол № 11 от 14.05.2024 г.).

Заведующая кафедрой



В.В. Дорофеева

Директор института



А.Г. Мнаçаканян