



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

УТВЕРЖДАЮ  
Директор института

Фонд оценочных средств  
(приложение к рабочей программе дисциплины)  
**ПЕРСОНАЛЬНЫЙ МАРКЕТИНГ И БРЕНДИНГ**

основной профессиональной образовательной программы бакалавриата  
по направлению подготовки  
**08.03.01 Строительство**

Профиль программы  
**Водоснабжение и водоотведение**

ИНСТИТУТ  
РАЗРАБОТЧИК

отраслевой экономики и управления  
кафедра менеджмента

## 1 РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ, ПЕРЕЧЕНЬ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ И КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ

### 1.1 Результаты освоения дисциплины

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

Код и наименование компетенции	Дисциплина	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 (осень)</p>	<p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- принципы непрерывного самообразования и самоорганизации;</li> <li>- личные и профессиональные компетенции специалистов в своих сферах деятельности;</li> <li>- этапы и базовые инструменты выстраивания персонального бренда;</li> <li>- особенности и пути выстраивания траектории саморазвития на основе принципов персонального маркетинга и брендинга.</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- управлять своим временем для реализации траектории личностного и профессионального саморазвития;</li> <li>- проводить личностную и профессиональную самодиагностику;</li> <li>- создавать желаемый образ персонального бренда и презентовать его в реальной и виртуальной средах в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации;</li> <li>- определять направления и цели саморазвития, разрабатывать маркетинговые персональные стратегии.</li> </ul> <p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- инструментами маркетингового анализа трендов</li> </ul>

		профессионального развития специалистов; - методами самоорганизации и саморазвития в личностном и профессиональном аспектах; - навыками продвижения и позиционирования персонального бренда; - инструментами осуществления деловых коммуникаций и самопрезентации в реальной и интернет средах на государственном языке РФ.
--	--	--

1.2 К оценочным средствам текущего контроля успеваемости относятся:

- тестовые задания открытого и закрытого типов.

Промежуточная аттестация в форме зачета проходит по результатам прохождения всех видов текущего контроля успеваемости. В отдельных случаях (при не прохождении всех видов текущего контроля) зачет может быть проведен в виде тестирования.

1.3 Критерии оценки результатов освоения дисциплины

Универсальная система оценивания результатов обучения включает в себя системы оценок: 1) «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно»; 2) «зачтено», «не зачтено»; 3) 100 – балльную/процентную систему и правило перевода оценок в пятибалльную систему (табл. 2).

Оценка результатов освоения дисциплины проводится по критериям (2) «зачтено», «не зачтено».

Таблица 2 – Система оценок и критерии выставления оценки

Система оценок Критерий	2	3	4	5
	0-40%	41-60%	61-80 %	81-100 %
	«неудовлетворительно»	«удовлетворительно»	«хорошо»	«отлично»
	«не зачтено»	«зачтено»		
<b>1 Системность и полнота знаний в отношении изучаемых объектов</b>	Обладает частичными и разрозненными знаниями, которые не может научно-корректно связывать между собой (только некото-	Обладает минимальным набором знаний, необходимым для системного взгляда на изучаемый объект	Обладает набором знаний, достаточным для системного взгляда на изучаемый объект	Обладает полной знаний и системным взглядом на изучаемый объект

Система оценок  Критерий	2	3	4	5
	0-40%	41-60%	61-80 %	81-100 %
	«неудовлетворительно»	«удовлетворительно»	«хорошо»	«отлично»
	«не зачтено»	«зачтено»		
	рые из которых может связывать между собой)			
<b>2 Работа с информацией</b>	Не в состоянии находить необходимую информацию, либо в состоянии находить отдельные фрагменты информации в рамках поставленной задачи	Может найти необходимую информацию в рамках поставленной задачи	Может найти, интерпретировать и систематизировать необходимую информацию в рамках поставленной задачи	Может найти, систематизировать необходимую информацию, а также выявить новые, дополнительные источники информации в рамках поставленной задачи
<b>3 Научное осмысление изучаемого явления, процесса, объекта</b>	Не может делать научно корректных выводов из имеющихся у него сведений, в состоянии проанализировать только некоторые из имеющихся у него сведений	В состоянии осуществлять научно корректный анализ предоставленной информации	В состоянии осуществлять систематический и научно корректный анализ предоставленной информации, вовлекает в исследование новые релевантные задаче данные	В состоянии осуществлять систематический и научно-корректный анализ предоставленной информации, вовлекает в исследование новые релевантные поставленной задаче данные, предлагает новые ракурсы поставленной задачи
<b>4 Освоение стандартных алгоритмов решения профессиональных задач</b>	В состоянии решать только фрагменты поставленной задачи в соответствии с заданным алгоритмом, не освоил предложенный алгоритм, допускает ошибки	В состоянии решать поставленные задачи в соответствии с заданным алгоритмом	В состоянии решать поставленные задачи в соответствии с заданным алгоритмом, понимает основы предложенного алгоритма	Не только владеет алгоритмом и понимает его основы, но и предлагает новые решения в рамках поставленной задачи

## 2 ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

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.

**Тестовые задания открытого типа**

УК-4: Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах).

1. Самостоятельная целенаправленная познавательная работа по приобретению, углублению и совершенствованию систематических знаний в какой-либо области – это \_\_\_\_\_.

**Ответ: самообразование.**

2. Личное качество специалиста в сфере автоматизации технологических процессов и производств, которое предполагает способность быстро адаптироваться к изменениям, называется \_\_\_\_\_.

**Ответ: гибкость (гибкостью).**

3. Для успешного взаимодействия с заказчиком (руководителем производства) специалист в сфере автоматизации технологических процессов и производств должен быть способен легко выйти с ним на контакт, развить диалог и вызвать положительные эмоции, то есть обладать навыком \_\_\_\_\_.

**Ответ: коммуникабельности (коммуникабельность).**

4. Навык \_\_\_\_\_ способствует понятному и четкому изложению собственных мыслей и суждений, устному и письменному общению с коллегами в своей профессиональной сфере, самопрезентации в реальной и интернет средах на русском языке.

**Ответ: коммуникативности (коммуникативность).**

5. Принцип маркетингового аудита личности, который предполагает всестороннее изучение объекта анализа, называется \_\_\_\_\_.

**Ответ: системность (комплексность).**

6. Инструмент самодиагностики личности, который позволяет выявить сильные и слабые стороны человека – это \_\_\_\_\_.

**Ответ: SWOT-анализ.**

7. Этап выстраивания траектории саморазвития, который предполагает постановку конкретных целей и разработку плана их достижения, называется \_\_\_\_\_.

**Ответ: целеполагание.**

8. В основе чёткого позиционирования личного бренда специалиста в сфере автоматизации технологических процессов и производств на рынке труда должны лежать уникальные \_\_\_\_\_ навыки.

**Ответ: профессиональные.**

9. Инструмент маркетингового анализа, который позволяет выявить текущие тренды в профессиональном развитии специалистов в сфере автоматизации технологических процессов и производств – это \_\_\_\_\_.

**Ответ: мониторинг.**

10. Рациональное распределение времени и ресурсов при самоорганизации основано на \_\_\_\_\_

**Ответ: планировании (планирование).**

11. Личная компетенция специалиста в области автоматизации технологических процессов и производств, позволяющая эффективно решать возникающие проблемы нестандартным способом – это \_\_\_\_\_

**Ответ: креативность.**

12. Применение лучшего положительного опыта других специалистов в собственной профессиональной деятельности – это пример применения \_\_\_\_\_

**Ответ: бенчмаринга.**

13. Позитивный устойчивый образ специалиста, создающий конкурентное преимущество в глазах клиентов, работодателей и профессионального сообщества, сформированный в результате его (специалиста) целенаправленных усилий – это \_\_\_\_\_ .

**Ответ: личный бренд.**

УК-6: Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни

14. Проецируемый образ персонального бренда как набора физических, личностных и профессиональных умений и навыков, которого хотелось бы достичь специалисту – это \_\_\_\_\_ персонального бренда.

**Ответ: идентичность.**

15. Узнаваемость – это один из критериев эффективности персонального бренда, который выражается в том, что у большинства людей при необходимости решения определенной профессиональной задачи возникает четкая \_\_\_\_\_ с конкретным человеком.

**Ответ: ассоциация.**

16. Устойчивое мнение общества о конкретном человеке, социальная оценка личности, основанная на прошлом поведении – это \_\_\_\_\_

**Ответ: репутация.**

17. Презентация персонального бренда в виртуальной среде предполагает наличие личного сайта или \_\_\_\_\_ в социальных сетях.

**Ответ: профиля (аккаунта).**

18. Список работ или проектов, которые выполнил специалист, выставленные на всеобщее обозрение – это \_\_\_\_\_

**Ответ: портфолио.**

19. Инструмент самоанализа при построении персонального бренда, представляющий собой иерархическую модель из взаимно влияющих друг на друга логических уровней, помогающую выявить причины проблем и найти нужное решение для их устранения – это \_\_\_\_\_ Р.Дилтса.

**Ответ: пирамида.**

20. Процесс формирования определенного образа личного бренда специалиста в сознании работодателей и в профессиональной среде – это \_\_\_\_\_

**Ответ: позиционирование.**

21. Процесс формирования представлений, ассоциаций, эмоций и ценностных ориентиров относительно конкретного специалиста в сознании работодателей и в профессиональной среде – это персональный \_\_\_\_\_.

**Ответ: брендинг.**

22. При продвижении личного бренда используется классическая маркетинговая модель \_\_\_\_\_, которая включает системное использование внимания, интереса, желания и действия целевой аудитории и может применяться в рамках любого контента в реальной и интернет средах.

**Ответ: АИДА (AIDA).**

23. Психолог Уильям Джеймс (1842-1910гг.) первым предложил идею «Я- \_\_\_\_\_» и внес существенный вклад в её разработку.

**Ответ: концепции (концепция).**

24. Мнение о человеке, которое формируется через устную и письменную речь – это \_\_\_\_\_ имидж (образ).

**Ответ: вербальный (словесный).**

### **Тестовые задания закрытого типа**

УК-4: Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах).

25. Под каждый вид имиджа найдите верное определение.

1. Габитарный имидж	А) мнение о человеке, создаваемое на основе оценки его позы, жестов, мимики
2. Средовой имидж	Б) правильность речи, её чистота, точность, уместность
3. Кинетический имидж	В) внешний образ (конституция тела, одежда, прическа, аксессуары)
4. Овеществленный имидж	Г) мнение о человеке, создаваемое на основе восприятия и оценки вещей и предметов, произведенных самим человеком
	Д) дом, рабочий кабинет, автомобиль, ближайшее окружение, семья, друзья, коллеги

**Ответ: 1-В, 2- Д, 3-А, 4-Г.**

26. Напишите верную последовательность этапов модели построения личного имиджа Шепеля В.М.:

1	Работа над внешним видом, индивидуальным стилем, манерами поведения.
2	Подбор характеристик, соответствующих виду профессиональной деятельности
3	Изучение личностных характеристик, качеств с помощью тестов, диагностических технологий
4	Работа над совершенствованием коммуникативных качеств

**Ответ: 3 – 2 – 1 – 4**

27. К профессиональным компетенциям специалиста в области менеджмента относят:

- А) знания экономического анализа;**
- Б) легкая обучаемость;
- В) знания в области маркетинга;**
- Г) умение управлять своим временем.

28. Шаблон публичного выступления при самопрезентации специалиста включает следующие части:

- А) вступление;**
- Б) основная часть;**
- В) заключение;**
- Г) реприза.

УК-6: Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни

29. К инструментам продвижения персонального бренда в реальной среде относят:

- А) выступление на конференции;**
- Б) ведение личного сайта;
- В) «сарафанное радио»;**
- Г) ведение собственного канала в видеохостинге.

30. К инструментам осуществления деловых коммуникаций в Интернет-среде относят:

- А) электронная рассылка;**
- В) вебинары по профессиональным вопросам;**
- Г) обучение на образовательных интернет-платформах;
- Д) приватная беседа.

31. Восприятие личного бренда как целостного образа берёт своё начало от такого направления в психологии как:

- А) бихевиоризм;
- Б) гештальт-психология;**
- Г) фрейдизм;
- Д) аналитическая терапия К.Г.Юнга.



32. Принцип В.Парето о том, что только небольшая часть усилий или ресурсов дает наибольшую часть результата, известен как правило:

**А) 80 на 20;**

Б) 50 на 50;

В) 30 на 70;

Г) 60 на 40.

**3 ТИПОВЫЕ ЗАДАНИЯ НА КОНТРОЛЬНУЮ РАБОТУ, КУРСОВУЮ РАБОТУ/  
КУРСОВОЙ ПРОЕКТ, РАСЧЕТНО-ГРАФИЧЕСКУЮ РАБОТУ**

Данный вид контроля по дисциплине не предусмотрен учебным планом

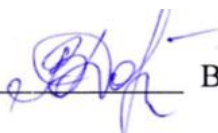
**4 СВЕДЕНИЯ О ФОНДЕ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ И ЕГО СОГЛАСОВАНИИ**

Фонд оценочных средств для аттестации по дисциплине «Персональный маркетинг и брендинг» представляет собой компонент основной профессиональной образовательной программы бакалавриата по направлению подготовки **08.03.01 Строительство** (профиль программы Водоснабжение и водоотведение).

Преподаватель-разработчик - доцент, к.э.н. Е.С. Енина

Фонд оценочных средств рассмотрен и одобрен на заседании кафедры менеджмента (протокол №11 от 14.05.2024).

Заведующий кафедрой М

  
В. В. Дорофеева

Заведующий кафедрой



И.С. Александров

Фонд оценочных средств рассмотрен и одобрен методической комиссией института ИМТЭС (протокол № 8 от 26.08.2024 г).

Председатель методической комиссии ИМТЭС



О.А. Бельих