

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Андрей Драгомирович Хлутков
Должность: директор
Дата подписания: 10.09.2026 22:18:57
Уникальный программный ключ:
880f7c07c583b07b775f6604a630281b13ca9fd2

Приложение 4
к образовательной программе

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.01.ДЭ.01.02 «Персональный брендинг»

38.03.04 Государственное и муниципальное управление
(код, наименование направления подготовки/специальности)

Лидеры регионов. Санкт-Петербург
(наименование образовательной программы)

очная
(форма обучения)

Год набора - 2026

Санкт-Петербург

Автор(ы)-составитель(и) РПД:

Кузнецова Екатерина Игоревна кандидат политических наук, доцент кафедры государственного и муниципального управления факультета государственного и муниципального управления

Заведующий кафедрой:

Хлутков Андрей Драгомирович доцент кафедры государственного и муниципального управления, доктор экономических наук

Рабочая программа дисциплины Б1.В.01.ДЭ.01.02 «Персональный брендинг» одобрена на заседании кафедры государственного и муниципального управления

протокол № 4 от «26» марта 2026 г.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы
2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы
3. Содержание и структура дисциплины
4. Типы оценочных материалов, показатели и критерии их оценивания
5. Формы аттестации, типовые оценочные материалы для текущего контроля успеваемости обучающихся, критерии и шкалы оценивания по контрольным точкам
6. Формы промежуточной аттестации, критерии и шкала оценивания, типовые оценочные материалы по дисциплине
7. Методические материалы по освоению дисциплины
8. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»
9. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Дисциплина *Б1.В.01.ДЭ.01.02 «Персональный брендинг»* обеспечивает формирование у обучающихся следующих профессиональных компетенций:

ОТФ/ТФ и реквизиты ПС	Код компетенции	Наименование Компетенции	Код индикатора достижения компетенции	Наименование индикатора достижения компетенций	Образовательный результат
ПД.3.1 Принимает и реализует управленческие решения, направленные на достижение стратегических целей развития региона, а также оценивает и корректирует результаты этих решений ПД.3.2 Организует и осуществляет мониторинг и контроль реализации управленческих решений, направленных на достижение стратегических целей развития региона	ПК-3	Способен разрабатывать и реализовывать управленческие решения	ПК-3.1	Разрабатывает управленческие решения для достижения стратегических целей развития региона	ПК-3.1 У-1. Умеет разрабатывать управленческие решения на основе анализа информации ПК-3.1 У-2. Умеет обосновывать управленческие решения с учетом стратегических целей
ПД.11.1 Организует разработку и реализацию государственных программ субъекта Российской Федерации и муниципальных программ ПД.11.2 Организует	ПК-8	Способен организовывать разработку и реализацию государственных и муниципальных программ и проектов	ПК-8.3	Организует проектную деятельность в органах публичной власти	ПК-8.3 У-2. Умеет применять инструменты и методы проектного управления

проектную деятельность в органах власти субъекта Российской Федерации и в муниципальных образованиях					
--	--	--	--	--	--

2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы

Общий объем дисциплины:

2,00 з.е., 72 ак.час

Контактная работа обучающихся с преподавателем – 36 ак. час на контактную работу с преподавателем, из них 16 ак.час на лекции и 16 ак.час на практические занятия, 36 ак. час на самостоятельную работу обучающихся.

Дисциплина Б1.В.01.ДЭ.01.02 «Персональный брендинг» относится к элективным дисциплинам 4 уровня профессионального базиса части, формируемой участниками образовательных отношений по программе «Лидеры регионов. Санкт-Петербург». По направлению подготовки 38.03.04 Государственное и муниципальное управление и реализуется в 5-м семестре 3-го курса после изучения дисциплин:

Б1.О.01.01.01 История России

Б1.О.01.02.10 Система государственного управления

Б1.О.01.02.01 Введение в профессиональную деятельность

Б1.О.02.09 Социология

Знания, умения и навыки, полученные при изучении дисциплины, используются студентами при подготовке и сдаче государственного экзамена.

Формой промежуточной аттестации в соответствии с учебным планом является зачет.

3. Содержание и структура дисциплины

3.1. Структура дисциплины

№ п/п	Наименование тем и (или) разделов	ВСЕ ГО	Объем дисциплины, ак.час											Форма текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации
			Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий								Самостоятельная работа			
			Период теоретического обучения				Период промежуточной аттестации (сессия)							
			Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа		ИК	КСР	КЭ	Кат тэк	К о н т р о л ь	СРкр	СРэк	СР
Л	ВЛ	ЛР	ПЗ											
Тема 1	Персональный бренд в коммуникативно й практике	23	6			5							12	Тестирование Опрос Доклад
Тема 2	Инструменты персонального брендинга	22	5			5							12	Тестирование Опрос Кейс-задача Доклад
Тема 3	Управление впечатлениями в	23	5			6							12	Тестирование Опрос

	рамках самопрезентации													Кейс-задача Доклад
Промежуточная аттестация		4								4				Зачёт
Итого:		72	16			16				4			36	

Используемые сокращения:

Л – лекции - занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации обучающимся педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях,).

ВЛ – видео лекции.

ЛР – лабораторные работы.

ПЗ – практические занятия (за исключением лабораторных работ).

ИК – индивидуальные консультации.

КСР – контроль самостоятельной работы

КЭ – консультации перед экзаменом

Каттэк – контактная работа на аттестацию в период экзаменационных сессий

Контроль - контактная работа на аттестацию в период экзаменационных сессий для заочной формы обучения

СРкр – самостоятельная работа на подготовку курсовой работы/ курсового проекта.

СРэк – самостоятельная работа на подготовку к экзамену.

СР – самостоятельная работа в семестре на подготовку к учебным занятиям.

3.2. Содержание дисциплины

Тема 1. Персональный бренд в коммуникативной практике ПК-3.1

Персональный бренд в межличностном взаимодействии и в организационной культуре. Соотношение категорий «имидж» и «персональный бренд». Индивидуальный, массовый и фирменный стили брендинга.

Тема 2. Инструменты персонального брендинга ПК-3.1

Диагностирование перспектив использования моделей персонального бренда. Персональные и дистанционные контакты. Риторика в установлении контакт с аудиторией, установление и удержание контакта учет типов слушателей. Программирование типовых ответов на вопросы. Письменные инструменты создания персонального бренда.

Тема 3. Управление впечатлениями в рамках самопрезентации ПК-8.3

Самопрезентация как методика формирования персонального бренда. Модели самопрезентации: «обольщение» (ingratiating), самопродвижение, самореклама (self-promotion), запугивание (intimidation), пояснение примером (exemplification), мольба (supplication). Модели технологий управления впечатлениями (И.Гофман, Р.Чалдини, Г.Сакс, Ф.Котлер). Селф-менеджмент в персональном брендинге. Бизнес-презентации, социальные презентации. Учет в самопрезентации Face & Dress Control. Технологии создания «эффекта ореола». Невербальная коммуникация (пара- и экстралингвистика, одоратика). Точки контакта персонального бренда.

4. Типы оценочных материалов, показатели и критерии оценивания

1.1. Оценочные материалы по дисциплине *Б1.В.01.ДЭ.01.02 Персональный брендинг* входят в состав оценочных материалов по образовательной программе. Совокупность оценочных материалов по всем дисциплинам (модулям) образовательной программы составляет фонд оценочных средств (далее – ФОС). ФОС используется при проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся с целью оценивания достижения обучающимися планируемых результатов обучения.

4.2. ФОС разработан как комплекс проверочных заданий различного

типа и уровня сложности, включает критерии и шкалы оценивания, а также «ключи» правильных ответов. ФОС формируется как отдельный документ и хранится в электронном виде, доступ к ФОС предоставлен ограниченному кругу лиц.

4.3. Для самостоятельной работы обучающихся при подготовке к текущему контролю успеваемости и промежуточной аттестации в рабочих программах дисциплин размещены типовые проверочные задания, которые можно условно разделить на задания закрытого, комбинированного и открытого типов.

Задания закрытого типа — это тестовые задания, в которых каждый вопрос сопровождается готовыми вариантами ответов, из которых необходимо выбрать один или несколько правильных.

Задания комбинированного типа – это тестовые задания, в которых каждый вопрос сопровождается готовыми вариантами ответов, из которых необходимо выбрать один или несколько правильных и обосновать свой выбор.

Задания открытого типа — это задания, в которых на каждый вопрос должен быть предложен развернутый обоснованный ответ.

В зависимости от типа задания рекомендованы определенная последовательность выполнения и система оценивания выполнения заданий.

4.4. Типы заданий, сценарии выполнения, критерии оценивания

ТИП ЗАДАНИЯ	ИНСТРУКЦИЯ	СЦЕНАРИИ ВЫПОЛНЕНИЯ	КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ
Задание закрытого типа с выбором одного правильного ответа из нескольких предложенных	Прочитайте текст, выберите правильный ответ	1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов. 2. Внимательно прочитать предложенные вариант-ты ответа. 3. Выбрать один верный ответ. 4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа (например, 3 или В).	Ответ считается верным, если правильно указана цифра или буква
Задание закрытого типа на установление соответствия	Прочитайте текст и установите соответствие	1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидаются пары элементов. 2. Внимательно прочитать оба списка: список 1 – вопросы, утверждения, факты, понятия и т.д.; список 2 – утверждения, свойства объектов и т.д. 3. Сопоставить элементы списка 1 с элементами списка 2, сформировать пары элементов. 4. Записать попарно буквы и цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа (например, А1 или Б4).	Ответ считается верным, если правильно указаны цифры или буквы
Задание закрытого типа с выбором нескольких правильных ответов из нескольких предложенных	Прочитайте текст, выберите правильные ответы	1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается несколько правильных ответов из предложенных вариантов. 2. Внимательно прочитать предложенные вариант-ты ответа. 3. Выбрать несколько правильных ответов. 4. Записать только номера (или буквы) выбранного варианта ответа (например, 1 4 или А Г).	Ответ считается верным, если правильно установлены все соответствия (позиции из одного столбца верно сопоставлены с позициями другого)
Задание закрытого типа на установление	Прочитайте текст и установите	1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается	Ответ считается верным, если правильно указана вся

последовательности	последовательность	последовательность элементов. 2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа. 3. Построить верную последовательность из предложенных элементов. 4. Записать буквы/цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа в нужной последовательности (например, БВА или 135).	последовательность цифр
Задание комбинированного типа с выбором одного правильного ответа из предложенных и обоснованием выбора	Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа	1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов. 2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа. 3. Выбрать один верный ответ. 4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа. 5. Записать аргументы, обосновывающие выбор ответа (например, 4 текст обоснования).	Ответ считается верным, если правильно указана цифра или буква и приведены корректные аргументы, используемые при выборе ответа
Задание открытого типа с развернутым ответом	Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ	1. Внимательно прочитать текст задания и понять суть вопроса. 2. Продумать логику и полноту ответа. 3. Записать ответ, используя четкие компактные формулировки. 4. В случае расчетной задачи, записать решение и ответ	Ответ считается верным: 1. Отсутствие фактических ошибок. 2. Раскрытие объема используемых понятий (полнота ответа). 3. Обоснованность ответа (наличие аргументов). 4. Логическая последовательность излагаемого материала.

4.5. Общая шкала оценивания результатов текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся с применением БРС

Итоговая балльная оценка	Традиционная система	Бинарная система	ECTS	
			Для традиционной системы	Для бинарной системы
95-100	Отлично	Зачтено	A	P/ Passed
85-94			B	P/ Passed
75-84	Хорошо		C	P/ Passed
65-74			D	P/ Passed
55-64	Удовлетворительно		E	P/ Passed
0-54	Неудовлетворительно	Не зачтено	F	F/Failed

Соотношение баллов за текущий контроль успеваемости и промежуточную аттестацию, а также повторную промежуточную аттестацию:

Максимальная сумма баллов за текущий контроль успеваемости	Максимальная сумма баллов за промежуточную аттестацию	Максимальная итоговая балльная оценка	Максимальная сумма баллов за повторную промежуточную аттестацию
60 баллов	40 баллов	100 баллов	100 баллов

5. Формы аттестации, типовые оценочные материалы для текущего контроля успеваемости обучающихся, критерии и шкалы оценивания по контрольным точкам

5.1. В ходе реализации дисциплины Б1.В.01.ДЭ.01.02 «Персональный брендинг» используются следующие формы текущего контроля успеваемости обучающихся (в том числе, задания к контрольным точкам):

тестирование, доклад, опрос, кейс-задача

5.2. Типовые оценочные материалы для текущего контроля успеваемости обучающихся:

Тема 1. Персональный бренд в коммуникативной практике ПК-3.1

Тестирование:

Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается один правильный ответ из предложенных вариантов.

Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.

Выбрать один правильный ответ.

Записать только букву выбранного варианта ответа.

1. Является ли ортобиотичность 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

Опрос

Прочитайте вопрос и дайте развернутый обоснованный устный ответ

1. Функции персонального бренда, принципы разработки персонального бренда.
2. Деловая репутация, авторитет и процесс формирования репутации.
3. Соотнесение понятий персональный имидж, персональный бренд, репутация, авторитет.

Доклад

Соберите информацию по предложенной теме, систематизируйте ее, сделайте выводы и предложите использование.

Темы докладов:

1. Технология создания персонального бренда.
2. Использование личного бренда для достижения карьерных целей

Тема 2. Инструменты персонального брендинга ПК-3.1

Тестирование.

Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается один правильный ответ из предложенных вариантов.

Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.

Выбрать один правильный ответ.

Записать только букву выбранного варианта ответа.

1. С какими аудиториями взаимодействует личный бренд?

- а) Целевая аудитория
- б) Менторы
- в) Государство
- г) Партнеры
- д) Знаменитости
- е) Конкуренты
- ж) СМИ

2. На каком этапе формирования личного бренда происходит его адаптация к внешнему миру с целью донесения сути бренда до представителей разных аудиторий?

- а) создание фундамента
- б) упаковка
- в) раскрутка
- г) аудит

3. Что является исходной точкой в аудите личного бренда?

- а) разная степень проработки бренда в той или иной нише
- б) бюджет на продвижение бренда
- в) выделение из общей массы

Опрос

Прочитайте вопрос и дайте развернутый обоснованный устный ответ.

1. Влияние личного бренда на взаимоотношения руководителя и подчинённых.

2. Управление репутацией: стратегии поддержания и защиты личного бренда руководителя

3. Оценка влияния личного бренда руководителя на исполнение компании и достижение целей

Доклад

Соберите информацию по предложенной теме, систематизируйте ее, сделайте выводы и предложите использование.

1. Инструменты продвижения персонального менеджмента в сети Интернет.

2. Анализ эффективности использования интернет-ресурсов при продвижении персонального бренда.

Кейс-задача

В основе самой коррупции лежит нарушение формальных норм поведения непосредственных носителей властных полномочий, связанное с их стремлением к обладанию материальными благами и средствами их достижения, что является следствием сформировавшегося у них особого социального интереса, основанного на иных ценностях, чем те, которые служат обществу ориентиром требуемого поведения. Обладание властью и ее использование по усмотрению становится для них средством достижения обозначенных целей, а также выступает в качестве стабилизирующего фактора, сохраняющего неизменность сложившегося положения.

Этими или другими причинами объясняется живучесть коррупции и практическая невозможность ее полного искоренения?

Аргументируйте свой ответ.

Тема 3. Управление впечатлениями в рамках самопрезентации ПК-8.3

Тест.

Внимательно прочитайте текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается один из предложенных вариантов.

1. В чем заключается важность реализации такой составляющей личного бренда, как актуальность?

а) За основу личного брендинга легко взять изначальную индивидуальность, заложенную в каждом человеке.

б) Без грамотной и контролируемой презентации бренд не будет работать, даже если он построен на высоком качестве и эксклюзивности.

в) Только значимая для конечного потребителя деятельность может стать основой для брендинга.

г) Постоянное поддержание статуса и контролируемая репутация – основа успешного брендинга.

2. Какая черта успешного руководителя подразумевает следующее: персональный бренд открывает путь в закрытые профессиональные сообщества, СМИ и властные структуры?

а) Кредит доверия клиентов и партнеров

б) Лицо компании

в) Знак высокого качества

г) Связи и влияние

Опрос

Прочитайте вопрос и дайте развернутый обоснованный устный ответ

1. Опишите роль эмоциональной интеллектуальности в формировании личного бренда руководителя?
2. Объясните, как лидерские качества влияют на личный бренд руководителя.
3. Перечислите трудности, которые могут возникнуть при формировании и управлении личным брендом руководителя.

Доклад

Соберите информацию по предложенной теме, систематизируйте ее, сделайте выводы и предложите использование.

1. Использование публичных выступлений и мероприятий для укрепления личного бренда руководителя
2. Анализ случаев успешного управления личным брендом руководителя в современном бизнесе.

Кейс-задача

Задача: Выполните SWOT-анализ стихийного персонального бренда.

5.3. Один или несколько тематических блоков дисциплины завершаются контрольной точкой (далее – КТ). Текущий контроль успеваемости по дисциплине предусматривает не менее 2 (двух) и не более 10 (десяти) КТ в течение периода освоения дисциплины.

Максимальное количество баллов за любой тип работ в рамках КТ составляет 100 (сто) баллов.

Распределение весовых коэффициентов по КТ в рамках текущего контроля успеваемости по дисциплине и формулы расчета:

Наименование контрольной точки Максимальное количество баллов за работу в рамках КТ, которое может набрать обучающийся
Коэффициент веса контрольной точки Результат контрольной точки, участвующий в формировании итоговой балльной оценки по дисциплине (отражается в журнале БРС в СДО)

Наименование контрольной точки	Максимальное количество баллов за работу в рамках КТ, которое может набрать	Коэффициент веса контрольной точки	Результат контрольной точки, участвующий в формировании итоговой балльной
--------------------------------	---	------------------------------------	---

	обучающийся		оценки по дисциплине (отражается в журнале БРС в СДО)
КТ 1	100	0,2	20
КТ 2	100	0,2	20
КТ 3	100	0,2	25
Итого:	x	0,6	60

Формула расчета результата контрольной точки:

Результат контрольной точки = Количество баллов за работу в рамках
КТ X Коэффициент веса контрольной точки.

5.4. Формы текущего контроля успеваемости обучающихся в рамках КТ
и типовые оценочные материалы:

КТ-1

Тема 1.

Опрос

Тестирование

Доклад

КТ-2

Тема 2.

Опрос

Доклад

Тестирование

Кейс-задача

КТ-3

Тема 3.

Опрос

Доклад

Тестирование

Кейс-задача

Для каждой формы текущего контроля успеваемости обучающихся в
рамках КТ определены критерии оценивания результатов выполнения задания.

1. Критерии оценивания тестирования:

Критерии оценки	Диапазон баллов	Описание критерия
<i>Количество правильных ответов</i>	<i>0</i>	<i>Количество правильных ответов менее 55%</i>
	<i>25</i>	<i>Количество правильных ответов от</i>

		55% до 64%
	50	Количество правильных ответов от 65% до 74%
	75	Количество правильных ответов от 75% до 84%
	100	Количество правильных ответов от 85% до 100%
Итого максимально:	100	

2. Критерии оценивания кейс-задачи:

Критерии оценки	Диапазон баллов	Описание критерия
Содержание и раскрытие задания	41-70	Детальное, последовательное и аргументированное решение поставленных задач
	21-40	Поверхностное описание, отсутствие аргументации и обоснования
	0-20	Задание сделано минимально, аргументация отсутствует
Количество выполненных заданий	30	Количество выполненных заданий от 85% до 100%
	15	Количество выполненных заданий от 55% до 84%
	0	Количество выполненных заданий менее 55%
Итого максимально:	100	

3. Критерии оценивания доклада:

Критерии оценки	Диапазон баллов	Описание критерия
Содержание и раскрытие выбранной темы	31-50	Детальное, последовательное описание выбранной темы
	16-30	Фрагментарное описание, нарушение логики изложения материала

	0-15	Поверхностное описание выбранной темы
<i>Достоверность и актуальность информации</i>	16-20	Представленная информация подтверждена ссылками на источники
	0-15	Представленная информация частично подтверждена ссылками на источники или не подтверждена
<i>Количество выполненных заданий</i>	30	Количество выполненных заданий от 85% до 100%
	15	Количество выполненных заданий от 55% до 84%
	0	Количество выполненных заданий менее 55%
Итого максимально:	100	

4. Критерии оценивания опроса:

Критерии оценки	Диапазон баллов	Описание критерия
<i>Количество правильных ответов</i>	0	Количество правильных ответов менее 55%
	25	Количество правильных ответов от 55% до 64%
	50	Количество правильных ответов от 65% до 74%
	75	Количество правильных ответов от 75% до 84%
	100	Количество правильных ответов от 85% до 100%
Итого максимально:	100	

5.5. Описание дополнительных материалов и оборудования, необходимых для выполнения проверочных заданий (при необходимости).

Для решения контрольных заданий обучающемуся разрешается

использование Конституции РФ и других необходимых для решения НПА, калькулятора, программ для работы с электронными таблицами для обработки, анализа и визуализации данных.

6. Формы промежуточной аттестации, критерии и шкала оценивания, типовые оценочные материалы по дисциплине

6.1. Промежуточная аттестация (зачёт) проводится в устной форме. Обучающийся получает билет с 2 теоретическими вопросами и одной задачей. Обучающийся получает чистые маркированные листы бумаги для записей ответов на теоретические вопросы и решения задачи, затем приступает к решению. Необходимо дать ответ в письменном виде, подробно изложив ход решения, при необходимости завершить решение выводами. Затем необходимо представить ответ устно.

6.2. Типовые оценочные материалы промежуточной аттестации

Вопросы к зачёту

1. Функции персонального бренда в профессиональной коммуникации.
2. Репутация персонального бренда.
3. Технология создания вашего собственного бренда.
4. Индивидуальность и конформизм в создании бренда как норма бренда.
5. Аутентичность бренда.
6. Аксиология бренда.
7. Структура персонального бренда.
8. Система управления персональным брендом.
9. Диагностика персонального бренда.
10. Инструменты бренд-менеджмента: инструкции, обучение, специальные мероприятия, признание и поощрение.
11. Формирование навыков самопрезентации.
12. Манипуляция и убеждение в управлении впечатлениями.
13. Самопрезентация как психологический феномен. Стратегии самопрезентации.
14. Учет характеристик аудитории в самопрезентации.
15. Риторика в персональном менеджменте.
16. Невербальные составляющие персонального менеджмента.
17. Методики установления контакта с аудиторией.
18. Методы убеждающего воздействия.

Пример задачи

Разработайте благодарственное письмо, как необходимого элемента создания и поддержания позитивного имиджа в системе деловых отношений.

Типовые оценочные материалы

Типовые проверочные задания для самоподготовки обучающегося к промежуточной аттестации:

ТИП ЗАДАНИЯ	СЦЕНАРИИ ВЫПОЛНЕНИЯ	ТИПОВЫЕ ЗАДАНИЯ																				
Задание закрытого типа с выбором одного правильного ответа из нескольких предложенных	1.Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов. 2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа. 3. Выбрать один верный ответ. 4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа (например, 3 или b).	На каком этапе формирования личного бренда происходит его адаптация к внешнему миру с целью донесения сути бренда до представителей разных аудиторий? а) создание фундамента б) упаковка в) раскрутка г) аудит																				
		4. Что относится к целям личного бренда? а) Монетизация б) Репутация в) Доверие г) Лояльность д) Лидеры общественного мнения е) Входящий поток																				
Задание закрытого типа на установление соответствия	1.Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидаются пары элементов. 2. Внимательно прочитать оба списка: список 1 – вопросы, утверждения, факты, понятия и т.д.; список 2 – утверждения, свойства объектов и т.д. 3. Сопоставить элементы списка 1 с элементами списка 2, сформировать пары элементов. 4. Записать попарно буквы и цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа (например, А1 или Б4).	1. Установите соответствие: <table><tr><th colspan="2">Термин</th><th colspan="2">Определение</th></tr><tr><td>А</td><td>Идентичность бренда</td><td>1</td><td>короткая презентация идеи. Обычно так называют представление проекта потенциальным инвесторам.</td></tr><tr><td>Б</td><td>«Якоря карьеры»</td><td>2</td><td>сочетание ценностей бренда, коммуникационного стиля, а также визуальных и эмоциональных характеристик.</td></tr><tr><td>В</td><td>Питч-презентация</td><td>3</td><td>ценностные ориентации, социальные установки, интересы и т.п. социально обусловленные побуждения к деятельности, характерные для определённого человека.</td></tr><tr><td>Г</td><td>Личный бренд</td><td>4</td><td>единый набор ассоциаций, который возникает у большинства целевой аудитории, когда называют имя человека.</td></tr></table>	Термин		Определение		А	Идентичность бренда	1	короткая презентация идеи. Обычно так называют представление проекта потенциальным инвесторам.	Б	«Якоря карьеры»	2	сочетание ценностей бренда, коммуникационного стиля, а также визуальных и эмоциональных характеристик.	В	Питч-презентация	3	ценностные ориентации, социальные установки, интересы и т.п. социально обусловленные побуждения к деятельности, характерные для определённого человека.	Г	Личный бренд	4	единый набор ассоциаций, который возникает у большинства целевой аудитории, когда называют имя человека.
		Термин		Определение																		
		А	Идентичность бренда	1	короткая презентация идеи. Обычно так называют представление проекта потенциальным инвесторам.																	
Б	«Якоря карьеры»	2	сочетание ценностей бренда, коммуникационного стиля, а также визуальных и эмоциональных характеристик.																			
В	Питч-презентация	3	ценностные ориентации, социальные установки, интересы и т.п. социально обусловленные побуждения к деятельности, характерные для определённого человека.																			
Г	Личный бренд	4	единый набор ассоциаций, который возникает у большинства целевой аудитории, когда называют имя человека.																			
2. Установите соответствие <table><tr><th colspan="2">Термин</th><th colspan="2">Определение</th></tr><tr><td colspan="2">Портфолио</td><td colspan="2">Коллаборации с другими профессионалами и брендами</td></tr><tr><td colspan="2">Партнёрский маркетинг</td><td colspan="2">список выполненных им</td></tr></table>	Термин		Определение		Портфолио		Коллаборации с другими профессионалами и брендами		Партнёрский маркетинг		список выполненных им											
Термин		Определение																				
Портфолио		Коллаборации с другими профессионалами и брендами																				
Партнёрский маркетинг		список выполненных им																				

			работ или проектов. Портфолио нужно для того, чтобы показать его профессиональный уровень.
Задание закрытого типа с выбором нескольких правильных ответов из нескольких вариантов предложенных	1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается несколько правильных ответов из предложенных вариантов. 2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа. 3. Выбрать несколько правильных ответов. 4. Записать только номера (или буквы) выбранного варианта ответа (например, 1 4 или А Г).	1. Отметьте верные высказывания: 2 правильных ответа а) Личный бренд топ-менеджера – это, прежде всего, позиционирование сотрудника как специалиста высшего уровня в своей компании. б) Конструирование личного бренда состоит в создании нужного образа у целевой аудитории. в) Основная цель создания персонального бренда – помочь целевой аудитории сделать выбор в Вашу пользу на свободном рынке. 2. Отметьте верные высказывания: а) Создание личного бренда включает работу над самим собой. б) Создание личного бренда включает работу с целевой аудиторией. в) Личный брендинг – это имидж топ-менеджера. г) Брендинг является производным от понимания потребностей других людей	
Задание закрытого типа на установление последовательности	1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается последовательность элементов. 2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа. 3. Построить верную последовательность из предложенных элементов. 4. Записать буквы/цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа в нужной последовательности (например, БВА или 135).	1. Определите последовательность этапов организации процесса продвижения личного бренда: 1. изучение целевой аудитории 2. формирование УТП 3. Экспертные аккаунты в соцсетях 2. Расставьте в правильной последовательности элементы маркетинг микс: а) ценовая политика; б) маркетинговые коммуникации; с) товарная политика; д) сбытовая политика	
Задание открытого типа с развернутым ответом	1. Внимательно прочитать текст задания и понять суть вопроса. 2. Продумать логику и полноту ответа. 3. Записать ответ, используя четкие компактные формулировки. 4. В случае расчетной задачи, записать решение и ответ	1. Перечислите успешные стратегии продвижения личного бренда в современном мире. 2. Объясните как влияет репутация руководителя на развитие его личного бренда?	

6.3. Критерии и шкала оценивания на основе БРС.

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ	РЕЗУЛЬТАТ В БАЛЛАХ
Дан полный, в логической последовательности развернутый ответ на	40

поставленный вопрос, где он продемонстрировал знания предмета в полном объеме учебной программы, достаточно глубоко осмысливает дисциплину, самостоятельно, и исчерпывающе отвечает на дополнительные вопросы, приводит собственные примеры по проблематике поставленного вопроса, решил предложенные практические задания без ошибок	
Дан развернутый ответ на поставленный вопрос, где обучающийся демонстрирует знания, приобретенные на лекционных и семинарских занятиях, а также полученные посредством изучения обязательных учебных материалов по курсу, дает аргументированные ответы, приводит примеры, в ответе присутствует свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа. Однако допускается неточность в ответе. Решил предложенные практические задания с небольшими неточностями.	30-39
Дан ответ, свидетельствующий в основном о знании процессов изучаемой дисциплины, отличающийся недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы, знанием основных вопросов теории, слабо сформированными навыками анализа явлений, процессов, недостаточным умением давать аргументированные ответы и приводить примеры, недостаточно свободным владением монологической речью, логичностью и последовательностью ответа. Допускается несколько ошибок в содержании ответа и решении практических заданий.	20-29
Дан ответ, который содержит ряд серьезных неточностей, обнаруживающий незнание процессов изучаемой предметной области, отличающийся неглубоким раскрытием темы, незнанием основных вопросов теории, несформированными навыками анализа явлений, процессов, неумением давать аргументированные ответы, слабым владением монологической речью, отсутствием логичности и последовательности. Выводы поверхностны. Решение практических заданий не выполнено, т.е. обучающийся не способен ответить на вопросы даже при дополнительных наводящих вопросах преподавателя.	0-19

6.4. Для решения контрольных заданий обучающемуся разрешается использование Конституции РФ и других необходимых НПА

7. Методические материалы по освоению дисциплины (модуля)

Подготовка к лекциям.

Главное в период подготовки к лекционным занятиям – научиться методам самостоятельного умственного труда, сознательно развивать свои творческие способности и овладевать навыками творческой работы. Для этого необходимо строго соблюдать дисциплину учебы и поведения. Четкое планирование своего рабочего времени и отдыха является необходимым условием для успешной самостоятельной работы. В основу его нужно положить рабочие программы изучаемых в семестре дисциплин. Каждому обучающемуся следует составлять еженедельный и семестровый планы работы, а также план на каждый рабочий день. С вечера всегда надо распределять работу на завтрашний день. В конце каждого дня целесообразно подводить итог работы: тщательно проверить, все ли выполнено по

намеченному плану, не было ли каких-либо отступлений, а если были, по какой причине это произошло. Нужно осуществлять самоконтроль, который является необходимым условием успешной учебы. Если что-то осталось невыполненным, необходимо изыскать время для завершения этой части работы, не уменьшая объема недельного плана.

Самостоятельная работа на лекции.

Слушание и запись лекций – сложный вид вузовской аудиторной работы. Внимательное слушание и конспектирование лекций предполагает интенсивную умственную деятельность обучающегося. Краткие записи лекций, их конспектирование помогает усвоить учебный материал. Конспект является полезным тогда, когда записано самое существенное, основное и сделано это самим обучающимся. Не надо стремиться записать дословно всю лекцию. Такое «конспектирование» приносит больше вреда, чем пользы. Запись лекций рекомендуется вести по возможности собственными формулировками. Желательно запись осуществлять на одной странице, а следующую оставлять для проработки учебного материала самостоятельно в домашних условиях. Конспект лекции лучше подразделять на пункты, параграфы, соблюдая красную строку. Этому в большой степени будут способствовать пункты плана лекции, предложенные преподавателям. Принципиальные места, определения, формулы и другое следует сопровождать замечаниями «важно», «особо важно», «хорошо запомнить» и т.п. Можно делать это и с помощью разноцветных маркеров или ручек. Лучше если они будут собственными, чтобы не приходилось просить их у однокурсников и тем самым не отвлекать их во время лекции. Целесообразно разработать собственную «маркографию» (значки, символы), сокращения слов. Не лишним будет и изучение основ стенографии. Работая над конспектом лекций, всегда необходимо использовать не только учебник, но и ту литературу, которую дополнительно рекомендовал лектор. Именно такая серьезная, кропотливая работа с лекционным материалом позволит глубоко овладеть знаниями.

Подготовка к практическим занятиям.

Подготовку к каждому практическому занятию каждый обучающийся должен начать с ознакомления с планом практического занятия, который отражает содержание предложенной темы. Тщательное продумывание и изучение вопросов плана основывается на проработке текущего материала лекции, а затем изучения обязательной и дополнительной литературы, рекомендованную к данной теме. На основе индивидуальных предпочтений обучающемуся необходимо самостоятельно выбрать тему доклада по проблеме практического занятия и по возможности подготовить по нему презентацию. Если программой дисциплины предусмотрено выполнение практического задания, то его необходимо выполнить с учетом предложенной инструкции (устно или 10 письменно). Все новые понятия по изучаемой теме

необходимо выучить наизусть и внести в глоссарий, который целесообразно вести с самого начала изучения курса. Результат такой работы должен проявиться в способности обучающегося свободно ответить на теоретические вопросы практического занятия, его выступлении и участии в коллективном обсуждении вопросов изучаемой темы, правильном выполнении практических заданий и контрольных работ.

Структура практического занятия:

В зависимости от содержания и количества отведенного времени на изучение каждой темы может практическое занятие состоять из четырех-пяти частей:

1. Обсуждение теоретических вопросов, определенных программой дисциплины.
2. Доклад и/или выступление с презентациями по проблеме практического занятия.
3. Обсуждение выступлений по теме – дискуссия.
4. Выполнение практического задания с последующим разбором полученных результатов или обсуждение практического задания, выполненного дома, если это предусмотрено программой.
5. Подведение итогов занятия.

Первая часть – обсуждение теоретических вопросов - проводится в виде фронтальной беседы со всей группой и включает выборочную проверку преподавателем теоретических знаний обучающихся. Примерная продолжительность — до 15 минут. Вторая часть — выступление обучающихся с докладами, которые должны сопровождаться презентациями с целью усиления наглядности восприятия, по одному из вопросов практического занятия. Обязательный элемент доклада – представление и анализ статистических данных, обоснование социальных последствий любого экономического факта, явления или процесса. Примерная продолжительность — 20-25 минут. После докладов следует их обсуждение – дискуссия. В ходе этого этапа практического занятия могут быть заданы уточняющие вопросы к докладчикам. Примерная продолжительность – до 15-20 минут. Если программой предусмотрено выполнение практического задания в рамках конкретной темы, то преподавателями определяется его содержание и дается время на его выполнение, а затем идет обсуждение результатов. Если практическое задание должно было быть выполнено дома, то на практическом занятии преподаватель проверяет его выполнение (устно или письменно). Примерная продолжительность – 15-20 минут. Подведением итогов заканчивается практическое занятие. Обучающимся должны быть объявлены оценки за работу и даны их четкие обоснования. Примерная продолжительность — 5 минут.

Методические рекомендации по подготовке доклада

Подготовка доклада способствует формированию навыков

исследовательской работы, расширяет познавательные интересы, приучает критически мыслить. При написании доклада по заданной теме составляется план, подбираются основные источники. В процессе работы с источниками, систематизируют полученные сведения, делают выводы и обобщения.

Подготовка доклада требует от обучающегося большой самостоятельности и серьезной интеллектуальной работы, которая принесет наибольшую пользу, если будет включать с себя следующие этапы: изучение наиболее важных научных работ по данной теме, перечень которых дает сам преподаватель; анализ изученного материала, выделение наиболее значимых для раскрытия темы фактов, мнений разных ученых и научных положений; обобщение и логическое построение материала доклада, например, в форме развернутого плана; написание текста доклада с соблюдением требований научного стиля.

Построение доклада включает три части: вступление, основную часть и заключение. Во вступлении указывается тема доклада, устанавливается логическая связь ее с другими темами или место рассматриваемой проблемы среди других проблем, дается краткий обзор источников, на материале которых раскрывается тема и т. п. Основная часть должна иметь четкое логическое построение, в ней должна быть раскрыта тема доклада. В заключении обычно подводятся итоги, формулируются выводы, подчеркивается значение рассмотренной проблемы и т. п.

Работа с литературными источниками.

В процессе подготовки к практическим занятиям, обучающимся необходимо обратить особое внимание на самостоятельное изучение рекомендованной учебно-методической (а также научной и популярной) литературы. Самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной и популярной литературой, материалами периодических изданий и Интернета, статистическими данными является наиболее эффективным методом получения знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала, формирует у обучающихся свое отношение к конкретной проблеме. Более глубокому раскрытию вопросов способствует знакомство с дополнительной литературой, рекомендованной преподавателем, что позволяет обучающимся проявить свою индивидуальность в рамках выступления на занятиях, выявить широкий спектр мнений по изучаемой проблеме.

8. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет

8.1. Основная литература

1. Грошев, И. В. Системный бренд-менеджмент : учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям менеджмента и маркетинга / И. В. Грошев, А. А. Краснослободцев. — Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2023. — 655 с. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/books/141520/details> — Режим доступа: для авторизир. пользователей
2. Кургаева, Ж. Ю. Деловые коммуникации : учебное пособие / Ж. Ю. Кургаева. — Казань : Казанский национальный исследовательский технологический университет, 2025. — 80 с. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/books/158938/details> — Режим доступа: для авторизир. пользователей
3. Хамаганова, К. В. Бренд-менеджмент : учебное пособие / К. В. Хамаганова. — Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2023. — 125 с. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/books/140105/details> — Режим доступа: для авторизир. пользователей

8.2. Дополнительная литература

1. Пономарёва, Е. А. Бренд-менеджмент : учебник и практикум для вузов / Е. А. Пономарёва. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 341 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9046-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/536537>
2. Коноваленко, М. Ю. Деловые коммуникации : учебник и практикум для вузов / М. Ю. Коноваленко. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 466 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11058-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/535825>
3. Горчакова В. Г. Психология создания персонального бренда/ В.Г. Горчакова. - М.: ДиС, 2010. - 336 с.
4. Гофман И. Представление себя другим в повседневной жизни. М.: ЭКСМО, 1999. – 344 с.
5. Кондратьева Т., Саламатов В. Имидж как точная наука/Кондратьева Т., Саламатов В. -М.: Амфора, 2007. - 320 с.

6. Котлер Ф. Персональный брендинг. М.: Издательский дом Гребенникова, 2008. – 400с.
7. Манн И. Как стать лучшим в том, что ты делаешь: Манн, Иванов и Фербер - 2025г. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://www.mann-ivanov-ferber.ru/catalog/product/nomer_odin/
8. Семенова, Л. М. Имиджмейкинг : учебник и практикум для вузов / Л. М. Семенова. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 141 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11004-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/542098>
9. Трейси Брайан Сила бренда: искусство выделяться из толпы конкурентов и доминировать на рынке/ Брайан Трейси; [пер. с англ. А. Науменко]. – Москва: СмартБукб 2008. – 74 с.
10. Тульчинский, Г. Л. Бренд-менеджмент. Брендинг и работа с персоналом : учебник для вузов / Г. Л. Тульчинский, В. И. Терентьева. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 255 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05503-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/562694>
11. Чалдини Р. Психология влияния. Как научиться убеждать и добиваться успеха. - М.: ЭКСМО, 2010. - 416 с.
12. Ребрик С. Бизнес-презентация: подготовка и проведение. 100 рекомендаций. – М.: Изд-во Эксмо, 2006. – 120с.
13. Шметткамп М. Искусство презентации: ускоренный курс. М.: Изд-во «Дело и Сервис», 2005. – 160с
14. Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг / Ф.И. Шарков. – Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. – 324 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453044>

8.3. Нормативные правовые документы и иная правовая информация

4. Федеральный закон "О государственной гражданской службе Российской Федерации" от 27.07.2004 N 79-ФЗ
5. Гражданский кодекс Российской Федерации.
6. Уголовный кодекс Российской Федерации.

8.4. Интернет-ресурсы

<http://www.ezproxy.ranepa.ru:3561/login?url=http://www.biblio-online.ru/>
<http://www.ezproxy.ranepa.ru:3561/login?url=http://iprbookshop.ru/>
<http://www.consultant.ru/>
<http://www.biblioclub.ru/>

Правовая система «Гарант-Интернет» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http: // www.garweb.ru](http://www.garweb.ru).

9. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

Требования к аудитории:

- Лекционные
- Семинарские
- Помещения для самостоятельной работы

Требования к оборудованию:

- Доска
- проектор
- ПК (стационарный) или ноутбук: операционная система: не ниже Windows 7 (или аналогичная по функциям)

Требования к программному обеспечению:

- пакет Microsoft Office