

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце: **Федеральное государственное автономное образовательное учреждение**
ФИО: Ястребов Олег Александрович
Должность: Ректор
Дата подписания: 22.05.2023 11:58:06
Уникальный программный ключ:
ca953a0120d891083f939673078ef1a989dae18a

высшего образования «Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы»

Экономический факультет

(наименование основного учебного подразделения (ОУП)-разработчика ОП ВО)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Персональный брендинг

(наименование дисциплины/модуля)

Рекомендована МССН для направления подготовки/специальности:

38.03.02 Менеджмент

(код и наименование направления подготовки/специальности)

Освоение дисциплины ведется в рамках реализации основной профессиональной образовательной программы высшего образования (ОП ВО):

Управление человеческими ресурсами

(наименование (профиль/специализация) ОП ВО)

2023 г.

1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины «Персональный брендинг» является обучение студентов теоретическим знаниям, включающим современные концепции и принципы в области персонального брендинга, формирование у студентов представлений о значении персонального маркетинга и брендинга для успешного развития карьеры, а также методах и инструментах самостоятельной разработки и продвижения персонального бренда.

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение дисциплины «Персональный брендинг» направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций (части компетенций):

Таблица 2.1. Перечень компетенций, формируемых у обучающихся при освоении дисциплины (результаты освоения дисциплины)

Шифр	Компетенция	Индикаторы достижения компетенции (в рамках данной дисциплины)
УК-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.1 Осуществляет поиск информации для решения поставленной задачи по различным типам запросов
		УК-1.2 Анализирует и контекстно обрабатывает информацию для решения поставленных задач с формированием собственных мнений и суждений
		УК-1.3 Предлагает варианты решения задачи, анализирует возможные последствия их использования
УК-12	Способен: искать нужные источники информации и данные, воспринимать, анализировать, запоминать и передавать информацию с использованием цифровых средств, а также с помощью алгоритмов при работе с полученными из различных источников данными с целью эффективного использования полученной информации для решения задач; проводить оценку информации, ее достоверность, строить логические умозаключения на основании поступающих информации и данных	УК-12.1 Осуществляет поиск нужных источников информации и данных, воспринимает, анализирует, запоминает и передает информацию с использованием цифровых средств, а также с помощью алгоритмов при работе с полученными из различных источников данными с целью эффективного использования полученной информации для решения задач
		УК-12.2 Проводит оценку информации, ее достоверность, строит логические умозаключения на основании поступающих информации и данных
ПКО-1	Способность к проведению маркетингового исследования с	ПКО-1.2 Владеет навыками получения маркетинговой информации с целью оценки рыночной конъюнктуры

Шифр	Компетенция	Индикаторы достижения компетенции (в рамках данной дисциплины)
	использованием инструментов комплекса маркетинга	ПКО-1.4 Знает основы оценки внешних и внутренних факторов, влияющих на деятельность компании

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Дисциплина «Персональный брендинг» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений

В рамках ОП ВО обучающиеся также осваивают другие дисциплины и/или практики, способствующие достижению запланированных результатов освоения дисциплины «Персональный брендинг».

Таблица 3.1. Перечень компонентов ОП ВО, способствующих достижению запланированных результатов освоения дисциплины

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики	Последующие дисциплины/модули, практики
УК-2	Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	Бухгалтерский учет Ознакомительная практика Правоведение Финансы Экономика предприятия	Методы имплементации стратегии компании Методы принятия управленческих решений Модели и методы системной динамики в менеджменте Организационное проектирование Преддипломная практика Производственно-управленческая практика Стратегический менеджмент Управление внешнеэкономической деятельностью компании Управление инвестициями Управление операциями Управление продуктовым портфелем компании Управление проектами Управление разработкой нового продукта компании
УК-10	Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	Макроэкономика Микроэкономика	GR-менеджмент Инновационный менеджмент Методы и системы морального и материального стимулирования

			<p>Организационно-экономическое планирование</p> <p>Преддипломная практика</p> <p>Управление внешнеэкономической деятельностью компании</p> <p>Управление инвестициями</p> <p>Управление компанией в шеринговой экономике</p> <p>Управление продуктовым портфелем компании</p> <p>Экономика и организация труда</p>
ПКО-1	Способность оценивать воздействие внешней и внутренней среды на функционирование организации	<p>Big Data: основы анализа данных</p> <p>Phygital-технологии в экономике</p> <p>Бизнес в Интернет</p> <p>Бизнес-аналитика</p> <p>Бизнес-климат и регулирование иностранных инвестиций в РФ</p> <p>Введение в цифровизацию учета бизнес-процессов</p> <p>Внутренний контроль фирмы</p> <p>Геоинформационные системы: визуализация пространственных данных</p> <p>Глобальная война за потребителей на мировых товарных рынках</p> <p>Города в глобальной экономике</p> <p>Дизайн-мышление</p> <p>История финансовых потрясений в мировой экономике</p> <p>Коммуникации в экономике и управлении</p> <p>Комплаенс документации</p> <p>Креативность и инновации в бизнесе</p> <p>Малое предпринимательство в рыночной экономике</p> <p>Международные экономические организации</p> <p>Миграционные режимы и паспортно-визовая дипломатия</p>	<p>GR-менеджмент</p> <p>Блокчейн</p> <p>Модели и методы системной динамики в менеджменте</p> <p>Преддипломная практика</p> <p>Производственно-управленческая практика</p> <p>Стратегия цифровой трансформации бизнеса</p> <p>Управление внешнеэкономической деятельностью компании</p> <p>Управление изменениями</p> <p>Управление стратегическими альянсами</p>

		<p>Мировые финансовые центры Моделирование бизнес-процессов Навыки и технологии публичных презентаций Нейромаркетинг Основы международных стандартов учета и аудита Основы налоговых правоотношений в учете Основы научных исследований Основы предпринимательства Основы трейдинга на фондовом рынке Правоведение Сторителлинг данных Страховой бизнес Тайм-менеджмент Технологические революции и экономический рост Тренинг: работа с международной статистикой Умные города: Россия и мир Управление талантами Цифровой банкинг Цифровые технологии в управлении Экономика межгосударственных территориальных споров Экономика предприятия Экономика цифровых рынков Экономико-математическое моделирование Экономическая география Экосистемы в бизнесе Эмоциональный интеллект Эффективное продвижение результатов научных исследований и проектов</p>	
ПКО-2	Способность осуществлять организационно-управленческую деятельность в качестве линейного или функционального		Foresight Management / Форсайт-менеджмент GR-менеджмент Деловой этикет Инновационная политика и экономическая безопасность

	руководителя подразделениях организаций	в	Инновационный менеджмент Командообразование Кросс-культурный менеджмент Методы и системы морального и материального стимулирования Методы имплементации стратегии компании Организационное проектирование Основы кадровой политики и кадрового планирования Оценка персонала Преддипломная практика Производственно-управленческая практика Событийный менеджмент Социальное партнерство Управление изменениями Управление имиджем Управление компанией в шеринговой экономике Управление продуктовым портфелем компании Управление развитием персонала Управление разработкой нового продукта компании Управление устойчивым развитием компании Форсайт-менеджмент Шеринговые модели кадрового обеспечения бизнеса Экономика и организация труда
--	---	---	--

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Общая трудоемкость дисциплины «Персональный брендинг» составляет 2 зачетных единицы.

Таблица 4.1. Виды учебной работы по периодам освоения ОП ВО для **ОЧНОЙ** формы обучения

Вид учебной работы	ВСЕГО, ак.ч.	Семестр(-ы)			
		1	2	3	4
Контактная работа, ак.ч.	34				34
в том числе:					

Вид учебной работы	ВСЕГО, ак.ч.	Семестр(-ы)			
		1	2	3	4
Лекции (ЛК)	17				17
Лабораторные работы (ЛР)					
Практические/семинарские занятия (СЗ)	17				17
Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.	29				29
Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.	9				9
Общая трудоемкость дисциплины	ак.ч.	72			72
	зач.ед.	2			2

5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 5.1. Содержание дисциплины (модуля) по видам учебной работы

Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (темы)	Вид учебной работы*
Основные понятия персонального брендинга	Тема 1. Базовые определения и задачи персонального брендинга Структура курса. Определение брендинга. Сущность, цели, задачи и принципы персонального брендинга. Плюсы от персонального бренда.	ЛК, СЗ
	Тема 2. Позиционирование персонального бренда Определение позиционирования. Виды позиционирования. Задачи позиционирования персонального бренда.	ЛК, СЗ
Инструменты персонального брендинга	Тема 3: Анализ и подготовка к созданию персонального бренда SWOT-анализ самого себя. Требования к профессионализму. Основы планирования собственной работы.	ЛК, СЗ
	Тема 4: Устные инструменты для создания персонального бренда. «Речь в лифте». Правильное приветствие. Речевые шаблоны, необходимые для выстраивания персонального бренда.	ЛК, СЗ
	Тема 5: Письменные инструменты для создания персонального бренда. Материалы, необходимые для коммуникаций персонального бренда. Как правильно писать текст о персональном бренде. Создание резюме.	ЛК, СЗ
Управление персональным брендом	Тема 6: Точки контакта персонального бренда Как определить точки контакта персонального бренда. Виды точек контакта. Как правильно улучшать точки контакта.	ЛК, СЗ
	Тема 7: Социальные сети как инструмент развития персонального бренда	ЛК, СЗ

	Различие социальных сетей. Медиаперсона. Контент-стратегия и контент-план.	
	Тема 8: Персональный бренд студента/выпускника Задачи, которые решает персональный бренд выпускника. Задачи студента по созданию персонального бренда. Задачи выпускника по созданию персонального бренда. Как выстроить свое правильное позиционирование.	ЛК, СЗ

* - заполняется только по **ОЧНОЙ** форме обучения: ЛК – лекции; ЛР – лабораторные работы; СЗ – семинарские занятия.

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 6.1. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Тип аудитории	Оснащение аудитории	Специализированное учебное/лабораторное оборудование, ПО и материалы для освоения дисциплины (при необходимости)
Лекционная	Аудитория для проведения занятий лекционного типа, оснащенная комплектом специализированной мебели; доской (экраном) и техническими средствами мультимедиа презентаций	ул. Миклухо-Маклая, д.6, учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа , Ауд. 17: Мультимедиа проектор Casio XJ-V100W - 2 шт. Экран моторизованный Digis Electra 200*150 Dsem-4305 – 2 шт. звуковая трибуна - 1 шт. Точка доступа WiFi
Семинарская	Аудитория для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная комплектом специализированной мебели и техническими средствами мультимедиа презентаций	ул. Миклухо-Маклая, д.6, Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа , для текущего контроля и промежуточных аттестаций, для самостоятельной работы, Ауд. 105: Мультимедиа проектор Casio XJ-V100W Экран моторизованный Digis Electra 200*150 Dsem-4305 Точка доступа WiFi
Компьютерный класс	Компьютерный класс для проведения занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная персональными компьютерами (в количестве 25 шт.), доской (экраном) и	ул. Миклухо-Маклая, д.6 Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа, для текущего контроля и промежуточных

	техническими средствами мультимедиа презентаций	аттестаций , для самостоятельной работы, Ауд. 29: 21 рабочее место: Моноблок Lenovo AIO-510-22ISH Intel I5 2200 MHz/8 GB/1000 GB/DVD/audio, монитор 21" Мультимедиа проектор Casio XJ-V100W Экран моторизованный Digis Electra 200*150 Dsem-4303 Точка доступа WiFi
Для самостоятельной работы обучающихся	Аудитория для самостоятельной работы обучающихся (может использоваться для проведения семинарских занятий и консультаций), оснащенная комплектом специализированной мебели и компьютерами с доступом в ЭИОС.	ул. Миклухо-Макляя, д.6 Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа, для текущего контроля и промежуточных аттестаций, для самостоятельной работы , Ауд. 423: 10 рабочих мест: Моноблок iMac i5 2700 MHz/8 GB/audio/монитор 21,5 Мультимедиа проектор Optoma EP761 Экран моторизованный Digis Electra 200*200 Точка доступа WiFi

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература:

1. Домнин, В. Н. Брендинг : учебник и практикум для вузов / В. Н. Домнин. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 493 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13539-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511517>

2. Семенова, Л. М. Профессиональный имиджбилдинг на рынке труда : учебник и практикум для вузов / Л. М. Семенова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 243 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11387-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/517497>

3. Семенова, Л. М. Имиджмейкинг : учебник и практикум для вузов / Л. М. Семенова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 141 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11004-3. — Текст : электронный //

Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/517753>

Дополнительная литература:

1. Ильин Анатолий Семенович. Реклама в коммуникационном процессе [Текст/электронный ресурс] : Курс лекций / А.С. Ильин. - Электронные текстовые данные. - М. : КноРус, 2017. - 141 с. - ISBN 978-5-390-00396-1 : 333.52.

<http://lib.rudn.ru/ProtectedView/Book/ViewBook/6289>

2. Гнатюк Ольга Леонидовна. Основы теории коммуникации [Текст/электронный ресурс] : Учебное пособие / О.Л. Гнатюк. - 2-е изд., стереотип. ; Электронные текстовые данные. - М. : КноРус, 2017. - 256 с. - (Бакалавриат). - ISBN 978-5-406-05847-3 : 563.53.

<http://lib.rudn.ru/ProtectedView/Book/ViewBook/6287>

3. Чернышева, А. М. Брендинг : учебник для бакалавров для вузов / А. М. Чернышева, Т. Н. Якубова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 504 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-2979-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510075>

4. Чернов Алексей Викторович. Деловые коммуникации в международном менеджменте [Текст/электронный ресурс] : Учебное пособие / А.В. Чернов, В.А. Чернова. - Электронные текстовые данные. - М. : Изд-во РУДН, 2019. - 80 с. : ил. - ISBN 978-5-209-08884-4 : 55.98. <http://lib.rudn.ru/ProtectedView/Book/ViewBook/6892>

Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

1. ЭБС РУДН и сторонние ЭБС, к которым студенты университета имеют доступ на основании заключенных договоров:

- Электронно-библиотечная система РУДН – ЭБС РУДН <http://lib.rudn.ru/MegaPro/Web>

- ЭБС «Университетская библиотека онлайн» <http://www.biblioclub.ru>

- ЭБС Юрайт <http://www.biblio-online.ru>

- ЭБС «Консультант студента» www.studentlibrary.ru

- ЭБС «Лань» <http://e.lanbook.com/>

- ЭБС «Троицкий мост»

2. Базы данных и поисковые системы:

- электронный фонд правовой и нормативно-технической документации <http://docs.cntd.ru/>

- поисковая система Яндекс <https://www.yandex.ru/>

- поисковая система Google <https://www.google.ru/>

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся при освоении дисциплины «Персональный брендинг» размещены в соответствии с действующим порядком на странице дисциплины в ТУИС

Ссылка на станицу дисциплины <https://esystem.rudn.ru/course/view.php?id=11273>

8. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ И БАЛЛЬНО-РЕЙТИНГОВАЯ СИСТЕМА ОЦЕНИВАНИЯ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Оценочные материалы и балльно-рейтинговая система* оценивания уровня сформированности компетенций (части компетенций) по итогам освоения дисциплины «Бережливое производство» представлены в Приложении к настоящей Рабочей программе дисциплины.

* - ОМ и БРС формируются на основании требований соответствующего локального нормативного акта РУДН.

РАЗРАБОТЧИКИ:

Ассистент кафедры
«Маркетинг»



Зайцева А.Ю.

РУКОВОДИТЕЛЬ БУП:

Зав. Каф. Маркетинг



Зобов А.М.

РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО:

д.э.н., профессор кафедры менеджмента



В.С. Ефремов