

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Ястребов Олег Александрович
Должность: Ректор
Дата подписания: 07.05.2026 10:51:45
Уникальный программный ключ:
ca953a01204891083f939673078ef1a989dae18a

**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы»
Институт мировой экономики и бизнеса**

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

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

ЛИЧНЫЙ БРЕНД С НУЛЯ

(наименование дисциплины/модуля)

Рекомендована МССН для направления подготовки/специальности:

42.03.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

(код и наименование направления подготовки/специальности)

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

РЕКЛАМА

(наименование (профиль/специализация) ОП ВО)

2026 г.

1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Личный бренд с нуля» входит в программу бакалавриата «Реклама» по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» и изучается во 2 семестре 1 курса. Дисциплину реализует Кафедра рекламы и бизнес-коммуникаций. Дисциплина состоит из 3 разделов и 8 тем и направлена на изучение основных принципов брендинга и видов брендов, ключевых особенностей и отличий, методов и инструментов создания и развития личного бренда в различных сферах, а также практики по созданию и развитию собственного личного бренда у учащихся (формирование портфолио, навыки самопрезентации, составления резюме и рекомендательного письма) для дальнейшего использования данных навыков и материалов в учебной и профессиональной сферах.

Целью освоения дисциплины является формирование теоретических и практических навыков создания и развития личного бренда в различных сферах, выстраивания бренд-коммуникаций, проведения анализа конкурентов и целевой аудитории, навыков бизнес-презентации (питчинга) и самопрезентации.

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение дисциплины «Личный бренд с нуля» 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-5	Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	УК-5.1 Интерпретирует историю России в контексте мирового исторического развития; УК-5.2 Находит и использует при социальном и профессиональном общении информацию о культурных особенностях и традициях различных социальных групп; УК-5.3 Учитывает при социальном и профессиональном общении по заданной теме историческое наследие и социокультурные традиции различных социальных групп, этносов и конфессий, включая мировые религии, философские и этические учения; УК-5.4 Осуществляет сбор информации по заданной теме с учетом этносов и конфессий, наиболее широко представленных в точках проведения исследования; УК-5.5 Обосновывает особенности проектной и командной деятельности с представителями других этносов и (или) конфессий; УК-5.6 Придерживается принципов недискриминационного взаимодействия при личном и массовом общении в целях выполнения профессиональных задач и усиления социальной интеграции;
ПК-2	Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	ПК-2.1 Знает основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта; ПК-2.2 Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта; ПК-2.3 Владеет навыками осуществления мониторинга обратной связи с разными целевыми группами;

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Дисциплина «Личный бренд с нуля» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений блока 1 «Дисциплины (модули)» образовательной программы высшего образования.

В рамках образовательной программы высшего образования обучающиеся также осваивают другие дисциплины и/или практики, способствующие достижению запланированных результатов освоения дисциплины «Личный бренд с нуля».

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-5	Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	Политология; Литература; Профессиональный иностранный язык (факультатив); Русский язык и культура речи;	Преддипломная практика; <i>Методы коммуникационных исследований**</i> ; <i>Performance-маркетинг**</i> ; <i>Международные маркетинговые коммуникации**</i> ; История рекламы и связей с общественностью; Профессиональный иностранный язык (факультатив); <i>Современные стратегии и тактики продвижения**</i> ; <i>Эффективность коммуникационных кампаний**</i> ; <i>Технологии геймификации в системе продвижения товаров и услуг**</i> ; <i>HR-службы в системе маркетинговых коммуникаций**</i> ; <i>Маркетинг инноваций**</i> ; <i>Коммуникационный дизайн**</i> ; <i>Социальный брендинг**</i> ; <i>Медиаэкономика**</i> ; <i>Интерактивность в маркетинговых коммуникациях**</i> ;
ПК-2	Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта		Компьютерные технологии в дизайне рекламы; Основы интегрированных коммуникаций в рекламе; Теория и практика брендинга; VTL-технологии продвижения; Поведение потребителей; Теория и практика продаж в рекламе; <i>Событийный маркетинг**</i> ; <i>Разработка нового продукта**</i> ; <i>Креативные стратегии**</i> ;

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
			<p><i>Бренд-коммуникации**;</i> <i>Современные стратегии и тактики продвижения**;</i> <i>Спичрайтинг**;</i> <i>Эффективность коммуникационных кампаний**;</i> <i>Маркетинг инноваций**;</i> <i>HR-службы в системе маркетинговых коммуникаций**;</i> <i>Технологии геймификации в системе продвижения товаров и услуг**;</i> <i>Индустрия цифровых коммуникаций**;</i> Тренды маркетинговых коммуникаций; Коммуникационный дизайн**; Социальный брендинг**; Медиапланирование; Креатив в маркетинге**; Визуальная коммуникация бренда**; Спонсорство и партнерство**; Культурные и креативные индустрии**; Медиаэкономика**; Интерактивность в маркетинговых коммуникациях**; Методы коммуникационных исследований**; <i>Performanse-маркетинг**;</i> Международные маркетинговые коммуникации**; Проектная документация в маркетинговых коммуникациях**; Финансовый менеджмент; Производственная (проектная) практика; Производственная (ознакомительная) практика; Преддипломная практика;</p>

* - заполняется в соответствии с матрицей компетенций и СУП ОП ВО

** - элективные дисциплины /практики

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Общая трудоемкость дисциплины «Личный бренд с нуля» составляет «2» зачетные единицы.

Таблица 4.1. Виды учебной работы по периодам освоения образовательной программы высшего образования для очной формы обучения.

Вид учебной работы	ВСЕГО, ак.ч.		Семестр(-ы)
			2
<i>Контактная работа, ак.ч.</i>	34		34
Лекции (ЛК)	17		17
Лабораторные работы (ЛР)	0		0
Практические/семинарские занятия (СЗ)	17		17
<i>Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.</i>	20		20
<i>Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.</i>	18		18
Общая трудоемкость дисциплины	ак.ч.	72	72
	зач.ед.	2	2

5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

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

Номер раздела	Наименование раздела дисциплины	Наименование темы		Содержание темы	Вид учебной работы*
Раздел 1	Основы личного брендинга	1.1	Понятия личного бренда	Личный бренд — это стратегически сформированное восприятие вашей личности и ценности целевой аудиторией, основанное на позиционировании, репутации, дифференциации, обещании пользы и консистентном опыте (тон, месседжи, визуальная айдентика, цифровой след). Его функции: рост доверия и влияния, узнаваемость, карьерный/предпринимательский капитал и монетизация экспертизы.	ЛК, СЗ
		1.2	Определение личных целей и ценностей	Определяются ключевые жизненные цели и базовые ценности как ориентиры позиционирования, тона и выбора ниш для личного бренда. Применяются диагностики (колесо баланса, ранжирование ценностей), формулирование SMART	ЛК, СЗ
		1.3	Анализ сильных сторон и уникальных качеств для дальнейшего формирования собственного бренда	Проводится инвентаризация компетенций, достижений, генетических талантов и стиля мышления	ЛК, СЗ
Раздел 2	Стратегии построения личного бренда	2.1	Разработка плана действий по созданию и продвижению личного бренда	Формируется дорожная карта: цели и позиционирование, аудитория и платформы, контент-стратегия (форматы/рубрикатор/тон), медиамикс (органика, платные кампании, партнерства, PR), воронка, KPI	ЛК, СЗ
		2.2	Методы взаимодействия с аудиторией	Определяются форматы и каналы двусторонней коммуникации (соцсети, рассылки, комьюнити, ивенты), а также ритуалы вовлечения: вопросы, опросы, челленджи, лайвы, UGC, персональные ответы. Выстраивается цикл обратной связи	ЛК, СЗ
		2.3	Использование цифровых платформ для укрепления своего имиджа	Выбираются релевантные платформы и оформляются профили под позиционирование (био/визуал/портфолио), выстраивается кросс-платформенная консистентность и регулярные форматы контента. Применяются инструменты роста и доверия: SEO/хэштеги, коллаборации и PR, лид-магниты и рассылки, социальное доказательство, аналитика и репутационный мониторинг.	ЛК, СЗ
Раздел 3	Измерение эффективности личного бренда	3.1	Оценка результатов работы над личным брендом	Определяются KPI	ЛК, СЗ
		3.2	Определение стратегий для поддержания и	Формируется долгосрочная дорожная карта: видение и цели,	ЛК, СЗ

Номер раздела	Наименование раздела дисциплины	Наименование темы		Содержание темы	Вид учебной работы*
			развития личного бренда в долгосрочной перспективе	устойчивое позиционирование, контент-система и продуктовая линейка, экосистема каналов и партнерств, репутационные стандарты. Задаются циклы пересмотра и метрики	

* - заполняется только по **ОЧНОЙ** форме обучения: *ЛК* – лекции; *ЛР* – лабораторные работы; *СЗ* – практические/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.	Ауд. 101, 103, 107, 109, 346, 428, 319, 423. Мультимедиа проектор, экран настенный
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.	Ауд. 101, 103, 107, 109, 346, 428, 319, 423. Мультимедиа проектор, экран настенный
Для самостоятельной работы	Аудитория для самостоятельной работы обучающихся (может использоваться для проведения семинарских занятий и консультаций), оснащенная комплектом специализированной мебели и компьютерами с доступом в ЭИОС.	4 зал библиотеки

* - аудитория для самостоятельной работы обучающихся указывается **ОБЯЗАТЕЛЬНО!**

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература:

1. Рожков, И. Я. Брендинг : учебник для вузов / И. Я. Рожков. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 331 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16399-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/535831> (дата обращения: 19.04.2024).

Дополнительная литература:

1. Технология интернет-маркетинга : учебник для среднего профессионального образования / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 335 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15606-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/544789> (дата обращения: 19.04.2024).

2. Музыкант, В. Л. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 2. SMM, рынок M&A : учебник и практикум для вузов / В. Л. Музыкант. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 501 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14314-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/537412> (дата обращения: 19.04.2024).

3. Овсянников, А. А. Современный маркетинг : учебник и практикум для вузов / А. А. Овсянников. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 582 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17729-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/545086> (дата обращения: 19.04.2024).

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 «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/>

- реферативная база данных SCOPUS

<http://www.elsevier-science.ru/products/scopus/>

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся при освоении дисциплины/модуля:*

1. Курс лекций по дисциплине «Личный бренд с нуля».

* - все учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся размещаются в соответствии с действующим порядком на странице дисциплины **в ТУИС!**

РАЗРАБОТЧИК:

Старший преподаватель

Должность, БУП

Подпись

Горбунова Алла Игоревна

Фамилия И.О.

РУКОВОДИТЕЛЬ БУП:

Заведующий кафедрой

Должность БУП

Подпись

Трубникова Нина

Вадимовна

Фамилия И.О.

РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО:

Заведующий кафедрой

Должность, БУП

Подпись

Трубникова Нина

Вадимовна

Фамилия И.О.