



МИНОБРНАУКИ РОССИИ

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«ИРКУТСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

ФГБОУ ВО «ИГУ»

САФ Байкальской международной бизнес-школы (института)

Кафедра стратегического и финансового менеджмента



УТВЕРЖДАЮ:

Декан САФ Байкальской международной
бизнес-школы (института)

Н.Б. Грошева

14 апреля 2025 г.

Рабочая программа дисциплины

Наименование дисциплины Б1.В.08 Развитие личного бренда предпринимателя

Направление подготовки 27.03.05 Инноватика

Профиль подготовки Управление инновационными и ИТ-проектами и продуктами

Квалификация выпускника – бакалавр

Форма обучения: очная

Согласовано Учебно-методическим
Советом Байкальской международной
бизнес-школы (института)
Протокол № 4 от 26 марта 2025 г.

Председатель  В.М. Максимова

Рекомендовано кафедрой Стратегического и
финансового менеджмента
Протокол № 9 от 21 марта 2025 г.

Зав.кафедрой
Н.Б.Грошева 

Иркутск 2025 г.

Содержание

I. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	3
II. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО	3
III. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	3
IV. СОДЕРЖАНИЕ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ	6
4.2. План внеаудиторной самостоятельной работы обучающихся по дисциплине	7
4.3. Содержание учебного материала	9
4.3.1. Перечень семинарских, практических занятий и лабораторных работ	9
4.4. Методические указания по организации самостоятельной работы студентов	12
V. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	13
а) перечень литературы	13
б) Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы	13
VI. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	14
6.1. Учебно-лабораторное оборудование	14
6.2. Программное обеспечение	16
6.3. Технические и электронные средства обучения	17
VII. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ	17
VIII. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ	18

I. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Цели: Формирование у студентов знаний, умений и практических навыков по созданию, развитию и управлению личным брендом предпринимателя в условиях современной экономики и цифровой среды, а также в освоении инструментов позиционирования, коммуникации и продвижения для повышения конкурентоспособности бизнеса.

Задачи учебной дисциплины:

- формирование у студентов понимание сущности и роли личного бренда в предпринимательской деятельности;
- изучение теоретических подходов и современных концепций личного брендинга;
- освоение методов и инструментов анализа сильных и слабых сторон предпринимателя, разработки стратегии позиционирования и продвижения;
- изучение технологии цифрового брендинга и управление репутацией в социальных сетях и медиа-пространстве;
- развитие навыков публичных коммуникаций, самопрезентации и построения деловой репутации;
- формирование умения применять полученные знания для разработки индивидуальной стратегии развития личного бренда предпринимателя;
- развитие у студентов креативности, критического мышления и навыков стратегического управления своим профессиональным имиджем.

II. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Учебная дисциплина (модуль) Б1.В.08 Развитие личного бренда предпринимателя относится к обязательной части программы бакалавриата Блока 1 Дисциплины (модули) в соответствии с ФГОС ВО по направлению 27.03.05 Инноватика.

Перечень последующих учебных дисциплин, для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые данной учебной дисциплиной:

Управление инновационными проектами.

III. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Процесс освоения дисциплины направлен на формирование компетенций ПК-3.1, ПК-3.2, УК-3.1, УК-3.2, УК-3.3 в соответствии с ФГОС ВО и ОП ВО по направлению 27.03.05 Инноватика

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с индикаторами достижения компетенций

Компетенция	Индикаторы компетенций	Результаты обучения
УК 3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	УК-3.1 Определяет свою роль в команде, исходя из стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели	Знает: - современные техники тайм-менеджмента и самоорганизации; - пути личностного роста и профессионального развития; - важность регулярного обновления знаний и навыков. Умеет:

		- ставить четкие профессиональные цели и определять шаги для их достижения; - рационально планировать рабочее время и управлять своими обязанностями; - осваивать новые знания и умения для успешного функционирования в быстро меняющейся деловой среде. Владеет: - методами постановки целей и эффективной организации рабочего процесса; - навыками самоконтроля и самооценки достигнутых результатов; - интегральными техниками управления временем и распределением усилий.
	УК 3.2 Учитывает опыт, идеи и особенности поведения членов команды для достижения поставленной цели	Знает: - основные психологические и коммуникативные техники переговоров и убеждений; - способы разрешения конфликтов и недопонимания в профессиональной среде; - этику делового общения и искусство ведения дискуссий. Умеет: - грамотно выражать свои мысли и аргументированно отстаивать позицию; - строить успешные межкультурные коммуникации и адаптироваться к различным социальным ситуациям; - реагировать на конфликты и преодолевать разногласия конструктивным путем. Владеет: - психологическими приёмами убеждения и аргументации. - техниками активного слушания и эмпатии; - методами урегулирования споров и преодоления барьеров в общении
	УК 3.3 Соблюдает установленные нормы и правила командной работы, несет личную ответственность	Знает: - причины возникновения критики и важности объективной реакции на нее. - положительную роль конструктивной критики в профессиональном росте. - признаки деструктивной критики и способы минимизировать ее негативное влияние. Умеет:

	за общий результат	- получать и обрабатывать отзывы, сохраняя позитивный настрой и продуктивность; - извлекать уроки из замечаний и предложений окружающих. - активно улучшать свои навыки и поведение, основываясь на полученной обратной связи. Владеет: - методами анализа и переработки поступающих замечаний и рекомендаций. - способами саморефлексии и внутреннего осмысления опыта. - практическими способами корректировки собственного поведения и адаптации к ожиданиям окружения.
ПК 3 Способен продвигать инновационные и ИТ-продукты	ПК 3.1 Знает основы менеджмента в области связей с общественностью и работы со СМИ при продвижении инновационных и ИТ-продуктов; средства и методы разработки и презентации при продвижении инновационных и ИТ-продуктов	Знает: - основу персонального брендинга и важность положительного образа профессионала. - ключевые каналы и инструменты самопродвижения. Умеет: - представлять свои профессиональные достоинства и сильные стороны убедительным образом. - развивать и поддерживать положительный имидж в глазах коллег, работодателей и клиентов. - продвигать себя на рынке специалистов и достигать карьерных высот благодаря грамотному использованию брендов. Владеет: - технологиями и инструментами построения личного бренда. - тактиками самопрезентации и сетевого взаимодействия. - навыками формирования и поддержания положительной репутации в виртуальном пространстве.
	ПК 3.2 Умеет аргументированно демонстрировать преимущества инновационных и ИТ-продуктов;	Знает: - важность здорового баланса между профессиональными и личными интересами. - методы профилактики эмоционального выгорания и стрессоустойчивости.

	организовывать рекламные кампании; проводить публичные презентации по ознакомлению со свойствами инновационных и ИТ-продуктов	- пользу правильного распределения времени и внимания. Умеет: - распределять внимание и энергию между рабочими задачами и отдыхом. - поддерживать высокий уровень работоспособности и мотивации. - сохранять внутренний баланс даже в периоды высокой нагрузки и стресса. Владеет: - техники восстановления энергии и снятия напряжения. - медитации и упражнения для повышения концентрации и уверенности в себе. - методами совмещения личных интересов и профессиональных обязанностей.
--	--	--

IV. СОДЕРЖАНИЕ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Объем дисциплины составляет 4 зачетных единиц, _____ часов,
в том числе _____ **часов** на промежуточную аттестацию

Практическая подготовка по дисциплине не предусмотрена учебным планом.

Форма промежуточной аттестации: зачет

4.1 Содержание дисциплины, структурированное по темам, с указанием видов учебных занятий и отведенного на них количества академических часов

Формы контроля академических часов									
№ п/п	Раздел дисциплины/тема	С е м е с т р	В е с е г о ч а с о в	И з н и х п р а к т и ч е с к а я п о д г о т о в к а о б у ч а ю щ и х с я	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся , практическую подготовку и трудоемкость (в часах)			а м о с т о я т е л ь н а я р а б о т а / К С Р	Форма текущего контроля успеваемости/ Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
					Контактная работа преподавателя с обучающимися				
					Лекция	Семинар/ Практическ ое, лабораторн ое занятие/			
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

1	Тема 1. Личность предпринимателя и его бренд	7			3	3		7	Тест/устный опрос
2	Тема 2. Факторы и механизмы формирования личного бренда	7			3	3		7	Тест, устный опрос
3	Тема 3. Самопозиционирование и анализ целевой аудитории	7			3	3		7	Тест, устный опрос
4	Тема 4. Коммуникационные стратегии личного бренда	7			3	3	3	7	Тест, устный опрос
5	Тема 5. Личный бренд в цифровой среде	7			3	3		7	Тест, устный опрос
6	Тема 6. Визуальная и вербальная идентичность личного бренда	7			3	3		7	Тест, устный опрос
7	Тема 7. Личный бренд и стратегия бизнеса	7			4	4	3	7	Тест, устный опрос
8	Тема 8. Управление репутацией и кризисные ситуации	7			4	4		11	Тест, устный опрос
9	Тема 9. Оценка эффективности развития личного бренда	7			4	4	2+1	7	Тест, устный опрос
	Промежуточная аттестация								Зачет

	Всего часов		144		34	34	9(8+1)	67	
--	--------------------	--	------------	--	-----------	-----------	---------------	-----------	--

4.2. План внеаудиторной самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Семестр	Название раздела, темы	Самостоятельная работа обучающихся			Оценочное средство	Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы
		Вид самостоятельной работы	Сроки выполнения	Трудоемкость (час.)		
7	Тема 1. Личность предпринимателя и его бренд	Изучение литературы и методических материалов по разделу курса. Решение задач.	Конец 2 недели семестра	7	Тест, устный опрос	Литература из перечня (раздел V)
7	Тема 2. Факторы и механизмы формирования личного бренда	Изучение литературы и методических материалов по разделу курса. Решение задач.	Конец 2 недели семестра	7	Тест, устный опрос	Литература из перечня (раздел V)
7	Тема 3. Самопозиционирование и анализ целевой аудитории	Изучение литературы и методических материалов по разделу курса. Решение задач.	Конец 4 недели семестра	7	Тест, устный опрос	Литература из перечня (раздел V)
7	Тема 4. Коммуникационные стратегии личного бренда	Изучение литературы и методических материалов по разделу курса. Решение задач.	Конец 6 недели семестра	7	Тест, устный опрос	Литература из перечня (раздел V)
7	Тема 5. Личный бренд в цифровой среде	Изучение литературы и методических материалов по разделу курса. Решение задач.	Конец 8 недели семестра	7	Тест, устный опрос	Литература из перечня (раздел V)

Семестр	Название раздела, темы	Самостоятельная работа обучающихся			Оценочное средство	Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы
		Вид самостоятельной работы	Сроки выполнения	Трудоемкость (час.)		
7	Тема 6. Визуальная и вербальная идентичность личного бренда	Изучение литературы и методических материалов по разделу курса. Решение задач.	Конец 10 недели семестра	7	Тест, устный опрос	Литература из перечня (раздел V)
7	Тема 7. Личный бренд и стратегия бизнеса	Изучение литературы и методических материалов по разделу курса. Решение задач.	Конец 12 недели семестра	7	Тест, устный опрос	Литература из перечня (раздел V)
7	Тема 8. Управление репутацией и кризисные ситуации	Изучение литературы и методических материалов по разделу курса. Решение задач.	Конец 14 недели семестра	11	Тест, устный опрос	Литература из перечня (раздел V)
7	Тема 9. Оценка эффективности развития личного бренда	Изучение литературы и методических материалов по разделу курса. Решение задач.	Конец 16 недели семестра	7	Тест, устный опрос	Литература из перечня (раздел V)
Общий объем самостоятельной работы по дисциплине (час)				67		

4.3.Содержание учебного материала

Тема 1. Личность предпринимателя и его бренд

Понятие личного бренда. Роль предпринимателя как носителя ценностей компании. Отличие личного бренда от корпоративного. Значение бренда предпринимателя для развития бизнеса и привлечения клиентов.

Тема 2. Факторы и механизмы формирования личного бренда

Основные элементы личного бренда: ценности, уникальные качества, миссия, визуальный и вербальный образы. Влияние личности, характера и стиля предпринимателя на восприятие со стороны аудитории.

Тема 3. Самопозиционирование и анализ целевой аудитории

Методы самодиагностики и SWOT-анализ личности. Определение целевой аудитории предпринимателя, её ожиданий и потребностей. Позиционирование бренда в конкурентной среде.

Тема 4. Коммуникационные стратегии личного бренда

Роль коммуникаций в создании имиджа предпринимателя. Стратегия самопрезентации. Умение выстраивать деловое общение и публичные выступления. Формирование доверия и репутации.

Тема 5. Личный бренд в цифровой среде

Развитие личного бренда через социальные сети, онлайн-платформы, медиа. Цифровая идентичность и репутация в интернете. Создание и продвижение контента. Работа с негативом и управление онлайн-репутацией.

Тема 6. Визуальная и вербальная идентичность личного бренда

Элементы фирменного стиля: фотография, визуальный образ, оформление онлайн-страниц. Личный стиль в общении, выбор ключевых сообщений и слоганов. Инструменты сторителлинга.

Тема 7. Личный бренд и стратегия бизнеса

Взаимосвязь личного бренда предпринимателя и развития компании. Личный бренд как конкурентное преимущество. Привлечение инвесторов и партнеров через личный бренд.

Тема 8. Управление репутацией и кризисные ситуации

Методы мониторинга репутации. Принципы антикризисных коммуникаций. Стратегии выхода из репутационных рисков. Работа со СМИ и профессиональным сообществом.

Тема 9. Оценка эффективности развития личного бренда

Методы и показатели оценки успеха личного бренда. Роль обратной связи. Аудит личного бренда и его корректировка. Планирование долгосрочного развития и масштабирование влияния предпринимателя.

4.3.1. Перечень семинарских, практических занятий и лабораторных работ

№ п/п	№ раздела и темы	Наименование семинаров, практических и лабораторных работ	Трудоемкость (час.)		Оценочные средства	Формируемые компетенции (индикаторы) *
			Всего часов	Из них практическая подготовка		
1	2	3	4	5	6	7
1	1	Понятие личного бренда. Роль предпринимателя как носителя ценностей компании. Отличие личного бренда от	3	---	Тест	ПК 3.1. ПК 3.2

№ п/ п	№ раздела и темы	Наименование семинаров, практических и лабораторных работ	Трудоемкость (час.)		Оценочные средства	Формируемые компетенции (индикаторы) *
			Всего часо в	Из них практическая подготовка		
		корпоративного. Значение бренда предпринимателя для развития бизнеса и привлечения клиентов.				
2	2	Основные элементы личного бренда: ценности, уникальные качества, миссия, визуальный и вербальный образы. Влияние личности, характера и стиля предпринимателя на восприятие со стороны аудитории.	3	---	Тест, устный опрос	УК 3.1. УК 3.2. УК 3.3.
3	3	Методы самодиагностики и SWOT-анализ личности. Определение целевой аудитории предпринимателя, её ожиданий и потребностей. Позиционирование бренда в конкурентной среде	3	---	Тест, устный опр ос	ПК 3.1. ПК 3.2
4	4	Роль коммуникаций в создании имиджа предпринимателя. Стратегия самопрезентации. Умение выстраивать деловое общение и публичные выступления. Формирование	3		Тест, устный опрос	ПК 3.1. ПК 3.2

№ п/ п	№ раздела и темы	Наименование семинаров, практических и лабораторных работ	Трудоемкость (час.)		Оценочные средства	Формируемые компетенции (индикаторы) *
			Всего часо в	Из них практическая подготовка		
		доверия и репутации.				
5	5	Развитие личного бренда через социальные сети, онлайн-платформы, медиа. Цифровая идентичность и репутация в интернете. Создание и продвижение контента. Работа с негативом и управление онлайн-репутацией.	3		Тест, устный опрос	УК 3.1. УК 3.2. УК 3.3.
6	6	Элементы фирменного стиля: фотография, визуальный образ, оформление онлайн-страниц. Личный стиль в общении, выбор ключевых сообщений и слоганов. Инструменты сторителлинга.	3		Тест, устный опрос	ПК 3.1. ПК 3.2
7	7	Взаимосвязь личного бренда предпринимателя и развития компании. Личный бренд как конкурентное преимущество. Привлечение инвесторов и партнеров через личный бренд.	4		Тест, устный опрос	УК 3.1. УК 3.2. УК 3.3.

№ п/ п	№ раздела и темы	Наименование семинаров, практических и лабораторных работ	Трудоемкость (час.)		Оценочные средства	Формируемые компетенции (индикаторы) *
			Всего часо в	Из них практическая подготовка		
8	8	Методы мониторинга репутации. Принципы антикризисных коммуникаций. Стратегии выхода из репутационных рисков. Работа со СМИ и профессиональным сообществом.	4		Тест, устный опрос	ПК 3.1. ПК 3.2
9	9	Методы и показатели оценки успеха личного бренда. Роль обратной связи. Аудит личного бренда и его корректировка. Планирование долгосрочного развития и масштабирование влияния предпринимателя.	4		Тест, устный опрос	УК 3.1. УК 3.2. УК 3.3.

4.3.2. Перечень тем (вопросов), выносимых на самостоятельное изучение студентами в рамках самостоятельной работы (СРС)

№ п/п	Тема	Задание	Формируемая компетенция	ИДК
1	2	3	4	5
1	Тема 1. Личность предпринимателя и его бренд	Чтение литературы и методических материалов по теме, изучение основных понятий и инструментов, решение задач.	ПК 3	ПК 3.1. ПК 3.2

№ п/п	Тема	Задание	Формируемая компетенция	ИДК
2	Тема 2. Факторы и механизмы формирования личного бренда	Чтение литературы и методических материалов по теме, изучение основных понятий и инструментов, решение задач..	УК 3	УК 3.1. УК 3.2. УК 3.3.
3	Тема 3. Самопозиционирование и анализ целевой аудитории	Чтение литературы и методических материалов по теме, изучение основных понятий и инструментов, решение задач.	ПК 3	ПК 3.1. ПК 3.2
4	Тема 4. Коммуникационные стратегии личного бренда	Чтение литературы и методических материалов по теме, изучение основных понятий и инструментов, решение задач.	ПК 3	ПК 3.1. ПК 3.2
5	Тема 5. Личный бренд в цифровой среде	Чтение литературы и методических материалов по теме, изучение основных понятий и инструментов, решение задач.	УК 3	УК 3.1. УК 3.2. УК 3.3.
6	Тема 6. Визуальная и вербальная идентичность личного бренда	Чтение литературы и методических материалов по теме, изучение основных понятий и инструментов, решение задач.	ПК 3	ПК 3.1. ПК 3.2
7	Тема 7. Личный бренд и стратегия бизнеса	Чтение литературы и методических материалов по теме, изучение основных понятий и инструментов, решение задач.	УК 3	УК 3.1. УК 3.2. УК 3.3.
8	Тема 8. Управление репутацией и кризисные ситуации	Чтение литературы и методических материалов по теме, изучение основных понятий и инструментов, решение задач.	ПК 3	ПК 3.1. ПК 3.2

№ п/п	Тема	Задание	Формируемая компетенция	ИДК
9	Тема 9. Оценка эффективности развития личного бренда	Чтение литературы и методических материалов по теме, изучение основных понятий и инструментов, решение задач.	УК 3	УК 3.1. УК 3.2. УК 3.3.

4.4. Методические указания по организации самостоятельной работы студентов

Самостоятельная работа обучающихся проводится с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий. Учебно-методические материалы при самостоятельной подготовке доступны обучающимся через электронные библиотечные системы и систему интернет-обучения «Гекадем», в которой представлены материалы лекций и практических заданий, интерактивные формы обучения, примеры заданий. Каждый обучающийся получает авторизованный доступ в систему. Система интернет-обучения «Гекадем» является платформой дистанционного обучения и обучения с использованием цифровых технологий Байкальской международной бизнес-школы ФГБОУ ВО «ИГУ». Режим доступа: <https://edu.buk.irk.ru>.

Самостоятельная работа заключается:

- в самостоятельной подготовке студента к лекции – чтение конспекта предыдущей лекции, просмотр видео-версии лекции (при наличии). Это помогает лучше понять материал новой лекции, опираясь на предшествующие знания;
- в подготовке к практическим занятиям по основным и дополнительным источникам литературы;
- в самостоятельном изучении отдельных тем или вопросов по учебникам или учебным пособиям, по источникам в Интернете и на электронном портале университета;
- в подготовке к текущему контролю и промежуточной аттестации.

Контроль за самостоятельной работой осуществляется при выполнении обучающимся заданий из фонда оценочных материалов дисциплины. При выполнении самостоятельной работы обучающийся также должен учесть критерии оценивания выполненного задания (раздел 8 настоящей программы). В ходе контроля самостоятельной работы оцениваются как фактические знания, умения и навыки студентов, так и глубина понимания и способности вычленения и интерпретации целостных смысловых конструкций, а также навыки самостоятельного поиска необходимой информации по теме занятия и ее критической оценки.

V. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

а) перечень литературы

1. Пономарёва, Е. А. Бренд-менеджмент: учебник и практикум для вузов / Е. А. Пономарёва. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 341 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9046-1. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489174>
2. Тульчинский, Г. Л. Бренд-менеджмент. Брендинг и работа с персоналом: учебное пособие для вузов / Г. Л. Тульчинский, В. И. Терентьева. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 255 с. — (Высшее образование). — ISBN 978 5-534-05503-0. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/491979>
3. Управление конкурентоспособностью: учебник для вузов / Е. А. Горбашко [и др.] ; под редакцией Е. А. Горбашко, И. А. Максимцева. — 2-е изд. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 407 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13922-8. — Текст: электронный //

Образовательная URL: <https://urait.ru/bcode/488882>

4. Лифиц, И. М. Конкурентоспособность товаров и услуг : учебное пособие для вузов / И. М. Лифиц. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 392 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07330-0. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/488520>

б) Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

1. ЭБС ЭЧЗ «Библиотех». Государственный контракт № 019 от 22.02.2011 г. ООО «Библиотех». Лицензионное соглашение № 31 от 22.02.2011 г. Адрес доступа: <https://isu.bibliotech.ru/> Срок действия: с 22.11.2011 г. бессрочный.

2. ЭБС «Руcont» Контракт № 98 от 13.11.2020 г.; Акт № 6К-5415 от 14.11.20 г. Срок действия по 13.11.2021г. доступ: <http://rucont.ru/>

3. ЭБС «Издательство Лань». ООО «Издательство Лань». Информационное письмо № 128 от 09.10.2017 г. Срок действия: бессрочный. Адрес доступа: <http://e.lanbook.com/>

4. ЭБС «Национальный цифровой ресурс «Руcont». ЦКБ «Бибком». Контракт № 04-Е-0343 от 12.11.2021 г. Адрес доступа: <http://rucont.ru/>

5. ЭБС «Айбукс.ру/ibooks.ru». ООО «Айбукс». Контракт № 04-Е-0344 от 12.11.2021 г.; Акт от 14.11.2021 г. Адрес доступа: <http://ibooks.ru>

6. Электронно-библиотечная система «ЭБС Юрайт». ООО «Электронное издательство Юрайт». Контракт № 04-Е-0258 от 20.09.2021г. Адрес доступа: <https://urait.ru/>

VI. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

6.1. Учебно-лабораторное оборудование

Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа
Учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа	Аудитория оборудована специализированной (учебной) мебелью на 48 студентов и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории. Комплект демонстрационного оборудования включает: 1.ПК HP Elite 8300 SFF i5 3470/4Gb/1Tb/DVDRV/kb/m/ DOS/Solenoid Lock and Hood Sensor (RUS) 2. Монитор Viewsonic TFT 20" VA2014WM glossy-black 5ms 20 00:1 250cd M/M 3. Проектор Epson EB-1830	БАЗОВЫЙ УСТАНОВОЧНЫЙ КОМПЛЕКТ ПО: Office 2019 по лицензионным программам предустановки OEM; программе академического сотрудничества с Russian Microsoft Desktop Education AllLng License/Software Assurance Pack Academic OLV 1License LevelE Enterprise 1Year– Договор № 03-K-1131 от 29.11.2021 Project Standard 2019, Access 2019 – Подписка ИГУ Azure Dev Tools for Teaching subscription (Visio, Projekt) 1 Year. Microsoft Corporation, One Microsoft Way, Redmond, WA 98052. Операционные системы Windows'7, Windows'10 по лицензионным программам предустановки OEM, программе академического сотрудничества с Russian Microsoft Desktop Education AllLng License/Software Assurance

	4. Колонки активные Genius SP-S110 черные 5. Разветвитель видеосигнала Aten VS92A 2-port VGA Оснащена учебно-наглядными пособиями и электронными презентациями, обеспечивающими тематические иллюстрации по всем темам, указанным в рабочей программе дисциплины	Pack Academic OLV 1License LevelE Enterprise 1Year– Договор № 03-K-1131 от 29.11.2021 Операционные системы Альт Образование. Для студентов (Бесплатная) Централизованная поставка ИГУ. Лицензия №ААО.0323.00. Для БМБШ ИГУ выделено 90 лицензий. Операционные системы Альт Рабочая станция. Централизованная закупка ИГУ. Лицензия №АОВ.1223.00. Для БМБШ ИГУ выделено 15 лицензий. Р7-Офис.Профессиональный (Десктопная версия), для образовательных учреждений арт. R7DT1Y001E реестровая запись №5256 от 26.02.2019 Номер сертификата №0610/1343. Для БМБШ выделено 100 лицензий. Антивирусные программы - Dr.Web продление Договор № 25/01/29ИГУ от 12 февраля 2025 г. счет № Pr000046322 от 15 февраля 2025 г. Архиваторы WinRAR: 3.x: Standard Licence - для юридических лиц 100-199 лицензий - прилож №1 к дог. №15422/IRK11 ЗАО "СофтЛайн Трейд" от 05.02.2010 Бессрочная лицензия Сетевая клиентская часть Права на программы для ЭВМ Windows Server CAL 2012 Russian OLP NL Akademic Edition Device CAL 120 лицензий - счет Tr000051059 ЗАО "СофтЛайн Трейд" от 27.10.2015 г. Бессрочная лицензия Межсетевой экран, функционал Proху - Право использования программ для ЭВМ Traffic Inspector GOLD льготная счет Tr005456 ЗАО "СофтЛайн Трейд" от 27.08.2013 г. Traffic Inspector GOLD Special* на 5 лет Договор PC3-0000276 от 16.11.2021.
--	---	--

6.2. Программное обеспечение:

Университет обеспечен необходимым комплектом лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства.

- Office 2019 по лицензионным программам предустановки OEM; программе академического сотрудничества с Russian Microsoft Desktop Education AllLng License/Software Assurance Pack Academic OLV 1License LevelE Enterprise 1Year– Договор № 03-K-1131 от 29.11.2021
- Project Standard 2019, Access 2019 – Подписка ИГУ Azure Dev Tools for Teaching subscription (Visio, Projekt) 1 Year. Microsoft Corporation, One Microsoft Way, Redmond, WA 98052.
- Операционные системы Windows'7, Windows'10 по лицензионным программам предустановки OEM, программе академического сотрудничества с Russian Microsoft Desktop Education AllLng License/Software Assurance Pack Academic OLV 1License LevelE Enterprise 1Year– Договор № 03-K-1131 от 29.11.2021

4. Операционные системы Альт Образование. Для студентов (Бесплатная) Централизованная поставка ИГУ. Лицензия №ААО.0323.00. Для БМБШ ИГУ выделено 90 лицензий.
5. Операционные системы Альт Рабочая станция. Централизованная закупка ИГУ. Лицензия №АОВ.1223.00. Для БМБШ ИГУ выделено 15 лицензий.
6. Р7-Офис.Профессиональный (Десктопная версия), для образовательных учреждений арт. R7DT1Y001E реестровая запись №5256 от 26.02.2019 Номер сертификата №0610/1343. Для БМБШ выделено 100 лицензий.
7. Антивирусные программы - Dr.Web продление Договор № 25/01/29ИГУ от 12 февраля 2025 г. счет № Pr000046322 от 15 февраля 2025 г.
8. Архиваторы WinRAR: 3.x: Standard Licence - для юридических лиц 100-199 лицензий - прилож №1 к дог. №15422/IRK11 ЗАО "СофтЛайн Трейд" от 05.02.2010 Бессрочная лицензия
9. Сетевая клиентская часть Права на программы для ЭВМ Windows Server CAL 2012 Russian OLP NL Akademic Edition Device CAL 120 лицензий - счет Tr000051059 ЗАО "СофтЛайн Трейд" от 27.10.2015 г. Бессрочная лицензия
10. Межсетевой экран, функционал Proxu - Право использования программ для ЭВМ Traffic Inspector GOLD льготная счет Tr005456 ЗАО "СофтЛайн Трейд" от 27.08.2013 г.
11. Traffic Inspector GOLD Special* на 5 лет Договор PC3-0000276 от 16.11.2021.
12. 1С: Предприятие 8. Комплект для обучения в высших и средних учебных заведениях. Электронная поставка. 25 лицензий.

6.3. Технические и электронные средства обучения:

Мультимедийные средства и другая техника для презентаций учебного материала:

1. Компьютер HP EliteDesk 800 G4 SFF/ Core i5-8500/ 8GB/ 256GB SSD/ DVD-RW/ Win10Pro (4QC39EA#ACB)
2. Монитор 20" ViewSonic VA2013Wm (16:9HD), 1600x900, 5ms, 300cd/m2, 1000:1 (16000:1DCR), 170/160, w/Spk, TCO-07
3. Проектор Casio XJ-V1
4. Разветвитель видеосигнала Aten VS92A 2- port VGA
5. Колонки активные Genius SP-S110 черные

Перечень используемого лицензионного программного обеспечения:

1. Office 2019 по лицензионным программам предустановки OEM; программе академического сотрудничества с Russian Microsoft Desktop Education AllLng License/Software Assurance Pack Academic OLV 1License LevelE Enterprise 1Year– Договор № 03-K-1131 от 29.11.2021
2. Project Standard 2019, Access 2019 – Подписка ИГУ Azure Dev Tools for Teaching subscription (Visio, Projekt) 1 Year. Microsoft Corporation, One Microsoft Way, Redmond, WA 98052.
3. Microsoft Project Professional 2010, Microsoft Visio Professional 2010 по программе академического сотрудничества с Microsoft Imagine Standart Electronic Software Delivery при содействии ЦНИТ ИГУ.

VII. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Образовательные технологии, применяемые при преподавании дисциплины:

- лекционно-семинарская зачетная система;
- анализ ситуаций (задач, примеров);

- обучение в сотрудничестве (командная, групповая работа);
- информационно-коммуникационные.

Дистанционные образовательные технологии, применяемые при преподавании дисциплины, реализуются с помощью системы дифференцированного Интернет-обучения БМБШ ИГУ «Гекадем».

Наименование тем занятий с указанием форм/ методов/ технологий обучения:

№ п/п	Тема занятия	Вид занятия	Форма / Методы/технологии дистанционного, интерактивного обучения	Количество часов
1	2	3	4	5
1	Тема 1. Личность предпринимателя и его бренд	Лекция	презентация, обсуждение	3
2	Тема 1. Личность предпринимателя и его бренд	Практическое занятие	тест	3
3	Тема 2. Факторы и механизмы формирования личного бренда	Лекция	презентация, обсуждение	3
4	Тема 2. Факторы и механизмы формирования личного бренда	Практическое занятие	тест	3
5	Тема 3. Самопозиционирование и анализ целевой аудитории	Лекция	презентация, обсуждение	3
6	Тема 3. Самопозиционирование и анализ целевой аудитории	Практическое занятие	тест	3
7	Тема 4. Коммуникационные стратегии личного бренда	Лекция	презентация, обсуждение	3

8	Тема 4. Коммуникационные стратегии личного бренда	Практическое занятие	тест	3
9	Тема 5. Личный бренд в цифровой среде	Лекция	презентация, обсуждение	3
10	Тема 5. Личный бренд в цифровой среде	Практическое занятие	тест	3
11	Тема 6. Визуальная и вербальная идентичность личного бренда	Лекция	презентация, обсуждение	3
12	Тема 6. Визуальная и вербальная идентичность личного бренда	Практическое занятие	тест	3
13	Тема 7. Личный бренд и стратегия бизнеса	Лекция	презентация, обсуждение	4
14	Тема 7. Личный бренд и стратегия бизнеса	Практическое занятие	тест	4
15	Тема 8. Управление репутацией и кризисные ситуации	Лекция	презентация, обсуждение	4
16	Тема 8. Управление репутацией и кризисные ситуации	Практическое занятие	тест	4
17	Тема 9. Оценка эффективности развития личного бренда	Лекция	презентация, обсуждение	4
18	Тема 9. Оценка эффективности развития личного бренда	Практическое занятие	тест	4
Итого часов:				67

VIII. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Материалы для проведения текущего и промежуточного контроля знаний студентов:

№	Вид контроля	Контролируемые темы (разделы)	Контролируемые компетенции/ индикаторы
1	2	3	4
1	Текущий контроль		
1.1	Онлайн-тест в системе дифференцированного Интернет-обучения Гекадем	Тема 1. Личность предпринимателя и его бренд	ПК 3.1. ПК 3.2
1.2	Онлайн-тест в системе дифференцированного Интернет-обучения Гекадем	Тема 2. Факторы и механизмы формирования личного бренда	УК 3.1. УК 3.2. УК 3.3.
1.3	Онлайн-тест в системе дифференцированного Интернет-обучения Гекадем	Тема 3. Самопозиционирование и анализ целевой аудитории	ПК 3.1. ПК 3.2
1.4	Онлайн-тест в системе дифференцированного Интернет-обучения Гекадем	Тема 4. Коммуникационные стратегии личного бренда	ПК 3.1. ПК 3.2
1.5	Онлайн-тест в системе дифференцированного Интернет-обучения Гекадем	Тема 5. Личный бренд в цифровой среде	УК 3.1. УК 3.2. УК 3.3.
1.6	Онлайн-тест в системе дифференцированного Интернет-обучения Гекадем	Тема 6. Визуальная и вербальная идентичность личного бренда	ПК 3.1. ПК 3.2
1.7	Онлайн-тест в системе дифференцированного Интернет-обучения Гекадем	Тема 7. Личный бренд и стратегия бизнеса	УК 3.1. УК 3.2. УК 3.3.
1.8.	Онлайн-тест в системе дифференцированного Интернет-обучения Гекадем	Тема 8. Управление репутацией и кризисные ситуации	ПК 3.1. ПК 3.2

1.9	Онлайн-тест в системе дифференцированного Интернет-обучения Гекадем	Тема 9. Оценка эффективности развития личного бренда	УК 3.1. УК 3.2. УК 3.3.
2	Промежуточная аттестация		
2.1	Зачет	Все темы курса	ПК 3.1. ПК 3.2 УК 3.1. УК 3.2. УК 3.3.

Оценочные материалы текущего контроля

Примеры вопросов из онлайн-тестов

- Личный бренд предпринимателя помогает выделиться на рынке и создать доверие у клиентов.
Правильный ответ: Верно
- Личный бренд формируется исключительно за счёт внешнего вида и имиджа предпринимателя.
Правильный ответ: Неверно
- Социальные сети являются важным инструментом в развитии личного бренда предпринимателя.
Правильный ответ: Верно
- Развитие личного бренда не влияет на возможности привлечения инвесторов и партнёров.
Правильный ответ: Неверно
- Последовательность и постоянство коммуникаций с аудиторией укрепляют личный бренд предпринимателя.
Правильный ответ: Верно
- Личный бренд формируется только после достижения крупных финансовых результатов.
Правильный ответ: Неверно
- Экспертность и профессиональная компетентность предпринимателя напрямую влияют на его личный бренд.
Правильный ответ: Верно
- Личный бренд не зависит от того, как предприниматель ведёт коммуникацию с командой.
Правильный ответ: Неверно
- Истории и личный опыт предпринимателя помогают аудитории лучше его запомнить.
Правильный ответ: Верно
- Для личного бренда важна прозрачность и честность в деловых коммуникациях.
Правильный ответ: Верно
- Постоянное повышение квалификации и обучение не имеют значения для развития личного бренда.
Правильный ответ: Неверно
- Позитивная репутация помогает предпринимателю привлекать клиентов и партнёров.
Правильный ответ: Верно
- Развитие личного бренда возможно без определения целевой аудитории.
Правильный ответ: Неверно
- Визуальный стиль и фирменная символика влияют на восприятие личного бренда.
Правильный ответ: Верно

15. Личный бренд строится только на личных достижениях и не требует взаимодействия с аудиторией.

Правильный ответ: Неверно

16. Основная цель развития личного бренда предпринимателя:

- А) Увеличение количества сотрудников
- Б) Создание уникального имиджа и доверия клиентов
- В) Снижение издержек производства
- Г) Полное копирование чужих стратегий

Правильный ответ: Б

17. К ключевым элементам личного бренда предпринимателя не относится:

- А) Репутация и экспертность
- Б) Личностные ценности и миссия
- В) Присутствие в соцсетях
- Г) Исключительно низкая цена товаров

Правильный ответ: Г

18. Что помогает повысить узнаваемость личного бренда?

- А) Регулярное общение с аудиторией
- Б) Игнорирование обратной связи
- В) Скрытность и минимальная активность
- Г) Полное отсутствие маркетинга

Правильный ответ: А

19. Основной эффект сильного личного бренда для предпринимателя:

- А) Снижение конкуренции на рынке
- Б) Формирование доверия и лояльности клиентов
- В) Возможность полностью отказаться от рекламы
- Г) Автоматическое увеличение прибыли без действий

Правильный ответ: Б

20. Какой инструмент не является эффективным для развития личного бренда предпринимателя?

- А) Публикации экспертного контента
- Б) Взаимодействие с сообществами и коллегами
- В) Игнорирование отзывов клиентов
- Г) Ведение профессионального блога

Правильный ответ: В

21. Что является ключевым каналом для продвижения личного бренда?

- А) Газетная реклама
- Б) Социальные сети и онлайн-платформы
- В) Исключительно офлайн-мероприятия
- Г) Реклама только на радио

Правильный ответ: Б

22. Какую роль играет личная миссия предпринимателя в развитии бренда?

- А) Она не имеет значения
- Б) Определяет ценности и стратегию коммуникации
- В) Только увеличивает расходы на маркетинг
- Г) Помогает избежать конкуренции

Правильный ответ: Б

23. Что лучше всего демонстрирует экспертность предпринимателя?

- А) Личные истории и кейсы
- Б) Копирование чужих идей
- В) Игнорирование комментариев аудитории
- Г) Скрытность и минимальная активность

Правильный ответ: А

24. Как часто нужно обновлять и развивать личный бренд?

- А) Раз в 5 лет
- Б) Постоянно и системно
- В) Только при смене деятельности
- Г) Никогда

Правильный ответ: Б

25. Какой фактор влияет на доверие аудитории к личному бренду?

- А) Последовательность и прозрачность действий
- Б) Частая смена позиции
- В) Игнорирование аудитории
- Г) Использование только рекламы

Правильный ответ: А

26. Что из перечисленного снижает эффективность личного бренда?

- А) Регулярная коммуникация с аудиторией
- Б) Прозрачность в делах
- В) Несоответствие заявленных ценностей действиям
- Г) Публикация полезного контента

Правильный ответ: В

27. К какой категории инструментов продвижения личного бренда относится участие в конференциях и вебинарах?

- А) Контент-маркетинг
- Б) Личное присутствие и networking
- В) Внутренний маркетинг
- Г) SEO-продвижение

Правильный ответ: Б

28. Что помогает создавать уникальный стиль личного бренда?

- А) Использование чужих шаблонов без изменений
- Б) Определение собственных ценностей и визуальной идентичности
- В) Игнорирование аудитории
- Г) Скрытие профессиональной экспертизы

Правильный ответ: Б

29. Какой подход к критике аудитории укрепляет личный бренд?

- А) Игнорирование критики
- Б) Ответ с уважением и разбор ошибок
- В) Агрессивные ответы
- Г) Полное удаление критических комментариев

Правильный ответ: Б

30. Как личный бренд предпринимателя влияет на бизнес?

- А) Помогает привлекать клиентов и партнеров
- Б) Не имеет влияния на продажи
- В) Только увеличивает расходы
- Г) Заменяет стратегию маркетинга полностью

Правильный ответ: А

Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации в форме экзамена

Примерный перечень вопросов по теории:

1. Что такое личный бренд предпринимателя и какие цели он преследует?
2. Какие ключевые элементы формируют личный бренд?
3. Почему консистентность коммуникации важна для личного бренда?
4. Как социальные сети влияют на развитие личного бренда?
5. Как личная история и ценности предпринимателя укрепляют доверие аудитории?
6. В чем разница между личным брендом и брендом компании?
7. Какие ошибки чаще всего совершают предприниматели при построении личного бренда?
8. Как измерять эффективность личного бренда?

Пример практических заданий:

- Составить мини-план развития личного бренда для выбранного предпринимателя (3–5 ключевых шагов).
- Проанализировать 2–3 успешных предпринимателей в социальных сетях и описать, какие элементы их личного бренда помогают им выделяться.
- Создать короткую презентацию (5–7 слайдов) с визуальной концепцией личного бренда.
- Написать 1–2 абзаца о своих личных ценностях и уникальности, которые могут стать основой бренда.

Критерии оценки для промежуточных и текущих контролей:

Критерий оценки	Оценка
Правильных ответов менее 60%	2 (неудовлетворительно)
Правильных ответов не менее 60% и не менее 70%	3 (удовлетворительно)
Правильных ответов более 70% и не менее 85%	4 (хорошо)
Правильных ответов более 85%	5 (отлично)

Разработчик:



(подпись)

старший преподаватель
(занимаемая должность)

Я.О. Дунаева
(Ф.И.О.)

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 27.03.05 Инноватика, профилю подготовки «Управление инновационными и ИТ-проектами и продуктами».

Программа рассмотрена на заседании кафедры стратегического и финансового менеджмента 21 марта 2025 года протокол № 9.



Зав. кафедрой

Н.Б. Грошева

Настоящая программа, не может быть воспроизведена ни в какой форме без предварительного письменного разрешения кафедры-разработчика программы.