



**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«ИРКУТСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
ФГБОУ ВО «ИГУ»

Кафедра туризма и сервиса

УТВЕРЖДАЮ

декан факультета бизнес-коммуникаций и
информатики

М.Г. Синчурина

«18» марта 2026 г

Рабочая программа дисциплины (модуля)

Наименование дисциплины (модуля)	Б1.В.ДВ.01.01 Цифровая идентичность и личный бренд <i>(индекс дисциплины по учебному плану, наименование дисциплины (модуля))</i>
Направление подготовки:	43.03.01 Сервис <i>(код, наименование направления подготовки)</i>
Направленность (профиль) подготовки:	Организационно-управленческая деятельность в сфере персональных услуг и гостинично-ресторанного сервиса
Квалификация выпускника: бакалавр	
Форма обучения: очная <i>(очная, заочная (с использованием электронного обучения и дистанционных образовательных технологий)*, очно-заочная (с использованием электронного обучения и дистанционных образовательных технологий*))</i>	

Согласовано с УМК факультета бизнес-коммуникаций и информатики:

Рекомендовано кафедрой туризма и сервиса:

Протокол № 7 от «18» марта 2026 г.

Протокол № 8 от «11» марта 2026 г.

Председатель

М.Г. Синчурина

зав. кафедры

Н.А. Антонова

СОДЕРЖАНИЕ

	<i>стр.</i>
I. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	3
II. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО	3
III. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	4
IV. СОДЕРЖАНИЕ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ	5
4.1 Содержание дисциплины, структурированное по темам, с указанием видов учебных занятий и СРС, отведенного на них количества академических часов	5
4.2 План внеаудиторной самостоятельной работы обучающихся по дисциплине	6
4.3 Содержание учебного материала	7
4.3.1. Перечень семинарских, практических занятий и лабораторных работ	7
4.3.2. Перечень тем (вопросов), выносимых на самостоятельное изучение самостоятельной работы студентов	8
4.4. Методические указания по организации самостоятельной работы студентов	9
4.5. Примерная тематика курсовых работ (проектов)	12
V. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	12
а) основная литература	12
б) дополнительная литература	13
в) периодическая литература	13
г) базы данных, информационно-справочные и поисковые системы	13
VI. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	14
6.1. Учебно-лабораторное оборудование	14
6.2. Программное обеспечение	16
6.3. Технические и электронные средства	16
VII. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ	16
VIII. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ	17
8.1. Оценочные средства текущего контроля	17
8.2. Оценочные средства для промежуточной аттестации	19

I. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Цели: Целью освоения дисциплины «Цифровая идентичность и личный бренд» является формирование у обучающихся профессиональных знаний, умений и компетенций в области персонального брендинга и управления цифровой идентичностью для организационно-управленческой деятельности в сфере персональных услуг и гостинично-ресторанного сервиса. Дисциплина направлена на формирование целостного, аутентичный образа личности и предприятия в условиях цифровизации.

Задачи:

- сформировать у студентов понимание концепции личного бренда, цифровой идентичности и их роли в профессиональной деятельности управленца сферы персональных услуг и гостинично-ресторанного сервиса;
- научить анализировать собственные ценности, уникальные компетенции и профессиональные характеристики как основу для построения личного бренда;
- сформировать навыки разработки стратегии персонального бренда и бренда предприятия с учётом специфики целевой аудитории (гостей и клиентов);
- ознакомить обучающихся с инструментами управления цифровым присутствием: социальными сетями, профессиональными платформами, репутационным менеджментом;
- выработать умение создавать визуальный и коммуникативный образ бренда, обеспечивающий его целостное восприятие гостями и партнёрами;
- развить компетенции в области управления корпоративным брендом предприятия и синхронизации его с личным брендом управленца;
- сформировать навыки оценки эффективности стратегии продвижения и адаптации бренда в изменяющейся цифровой среде.

II. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

2.1. Учебная дисциплина (модуль) «Цифровая идентичность и личный бренд» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений «Блок 1. Дисциплины (модули)».

Дисциплина предназначена для формирования у будущих управленцев гостинично-ресторанного бизнеса и предприятий, сервиса персональных услуг системного понимания и практических компетенций в области позиционирования собственного личного бренда: умения выстраивать профессиональный образ, опирающийся на подлинные ценности, сильные стороны и управленческий стиль. Одновременно дисциплина охватывает вопросы формирования и продвижения общего образа компании — отеля, ресторана, предприятия персональных услуг — так, чтобы у гостей и клиентов складывалось целостное, устойчивое и привлекательное восприятие как личности руководителя, так и предприятия в целом. Поскольку мы живём в эпоху цифровизации, дисциплина уделяет особое внимание цифровой идентичности — осознанному формированию и управлению своим присутствием в интернет-пространстве, социальных сетях и профессиональных платформах. Синхронизация личного бренда управленца с брендом предприятия в цифровой среде позволяет создать единый образ, который узнаётся и запоминается аудиторией, повышает доверие гостей и клиентов, укрепляет конкурентные позиции предприятия. Дисциплина сочетает теоретические основы брендинга и маркетинга с прикладными инструментами: от разработки личного ценностного предложения до управления репутацией в сети.

2.2. Для изучения данной учебной дисциплины (модуля) необходимы знания, умения и навыки, формируемые предшествующими дисциплинами:

- Психология социального взаимодействия саморазвития и самоорганизации;
- Философия;
- Сервисная деятельность;
- Менеджмент;
- Маркетинг;
- Организация гостинично-ресторанного сервиса;
- Культура коммуникаций;
- Событийный маркетинг;
- Самоменеджмент;
- Искусственный интеллект и расширенная реальность;
- Организация культурно-досуговой деятельности;
- Теория повседневности;
- Этикет в профессиональной деятельности;
- Основы гостеприимства;
- Технологии и проектирование деловых мероприятий.

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

- Организационно-управленческая;
- Управление качеством в сфере услуг;
- Реклама и связи с общественностью в отрасли;
- Психология клиента;
- Эффективное поведение на рынке труда в сфере сервиса;
- Управление организацией в фитнес-индустрии;
- Событийный маркетинг;
- Цифровой маркетинг;
- Корпоративная культура;
- Конфликтология;
- Маркетинг отношений;
- Психотехнологии в управлении;
- Эмоциональный интеллект;
- Психология личности и профессиональное самоопределение;
- Стратегический менеджмент в бизнес-коммуникациях;
- Бережливое производство в индустрии гостеприимства.

III. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Процесс освоения дисциплины направлен на формирование компетенций (элементов следующих компетенций) в соответствии с ФГОС ВО и ОП ВО по данному направлению подготовки:

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

Компетенция	Индикаторы компетенций	Результаты обучения
ПК-2		Способен разрабатывать и совершенствовать технологии процесса сервиса, производить выбор ресурсов и средств с учетом требований всех заинтересованных сторон

IV. СОДЕРЖАНИЕ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 часов, в том числе 36 часов на контроль, из них 36 часов на экзамен.

Из них реализуется с использованием электронного обучения и дистанционных образовательных технологий 4 часа самостоятельной работы.

Форма промежуточной аттестации: экзамен.

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

п/п	Раздел дисциплины/темы	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся и трудоемкость (в часах)			Самостоятельная работа	Формы текущего контроля успеваемости; Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Контактная работа преподавателя с обучающимися				
			Лекции	Семинарские (практические) занятия	Консультации		
Раздел I. Основы личного бренда и цифровой идентичности			6	6	0	0	
1	Тема 1. Введение в дисциплину. Понятие личного бренда и цифровой идентичности	4	2	2	0	0	
2	Тема 2. Самоанализ как фундамент бренда: ценности, сильные стороны, профессиональная миссия	4	2	2	0	0	
3	Тема 3. Целевая аудитория личного бренда управленца	4	2	2	0	0	
Раздел II. Стратегия личного бренда			6	6	0	0	
4	Тема 4. Разработка стратегии личного бренда	4	4	4	0	0	

5	Тема 5. Имидж управленца в индустрии сервиса гостинично-ресторанного бизнеса и предприятий, оказывающие персональные услуги	4	2	2	0	0	
Раздел III. Брендинг предприятия гостеприимства			6	6	0	0	
6	Тема 6. Корпоративный бренд в индустрии гостинично-ресторанного сервиса и персональных услуг	4	4	4	0	0	
7	Тема 7. Синхронизация личного бренда управленца и бренда предприятия	4	2	2	0	0	
Раздел IV. Цифровая идентичность и онлайн-присутствие			8	8	0	0	
8	Тема 8. Цифровая идентичность: концепция, структура, особенности	4	2	2	0	0	
9	Тема 9. Инструменты управления цифровым присутствием	4	4	4	0	0	
10	Тема 10. Репутационный менеджмент в цифровой среде	4	2	2	0	0	
Раздел V. Продвижение и развитие бренда			8	8	0	4	
11	Тема 11. Сторителлинг и коммуникация бренда	4	2	2	0	0	
12	Тема 12. Нетворкинг и развитие профессиональных связей	4	2	2	0	0	
13	Тема 13. Мониторинг и оценка эффективности бренда	4	2	2	0	0	
14	Тема 14. Перспективы развития личного бренда. Обобщение курса	4	2	2	0	0	
15	«Разработка стратегии личного бренда и цифровой идентичности управленца предприятия гостеприимства/персональных услуг»	4	0	0	0	4	
Итого за 4 семестр			34	34	0	4	Экз (36)
Итого часов			34	34	0	4	

4.2 План внеаудиторной самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Се- мест р	Название раздела, темы	Самостоятельная работа обучающихся			Оце- ночно е сред- ство	Учебно - методи- ческое обеспе- чение само- стоя- тельной работы
		Вид самостоятельной работы	Срок и выпол- - нения	Зат- раты вре- мени , час. (из них с при- мене- - нием ДОТ)		
4	«Разработка стратегии личного бренда и цифровой идентичности управленца предприятия гостеприимства/персональных услуг»	<p>Для овладения знаниями: чтение учебной литературы, чтение дополнительной литературы</p> <p>Для закрепления и систематизации знаний: работа с конспектом лекций, составление плана и тезисов ответа, подготовка доклада</p> <p>Для формирования умений: решение задач, подготовка проекта или творческой работы, подготовка портфолио</p> <p>Подготовка к зачету</p>	недел я	4 (4)	Пз	Forlabs
Общая трудоемкость самостоятельной работы по дисциплине (час)				4		
Из них объем самостоятельной работы с использованием электронного обучения и дистанционных образовательных технологий (час)				4		
Бюджет времени самостоятельной работы, предусмотренный учебным планом для данной дисциплины (час)				4		

4.3 Содержание учебного материала

Трудоемкость дисциплины (з.е.)	3
Наименование основных разделов (модулей)	<p>Раздел I. Основы личного бренда и цифровой идентичности</p> <p>Раздел II. Стратегия личного бренда</p> <p>Раздел III. Брендинг предприятия гостеприимства</p> <p>Раздел IV. Цифровая идентичность и онлайн-присутствие</p> <p>Раздел V. Продвижение и развитие бренда</p>
Формы текущего контроля	Практическое задание, проект, деловая игра, тест
Форма промежуточной аттестации	Экзамен

4.3.1. Перечень семинарских, практических занятий и лабораторных работ

№ п/п	№ раздела и темы дисциплины (модуля)	Наименование семинаров, практических и лабораторных работ	Трудоемкость, час. (из них электронные часы)	Оценочные средства	Формируемые компетенции
1	1	Понятие личного бренда	2 (0)	Пз	ПК-2
2	2	Самоанализ как фундамент бренда: ценности, сильные стороны, профессиональная миссия	2 (0)	Пз	ПК-2
3	3	Целевая аудитория личного бренда управленца	2 (0)	Пз	ПК-2
4	4	Стратегия личного бренда	4 (0)	Проект	ПК-2
5	5	Имидж управленца в индустрии гостеприимства	2 (0)	Пз	ПК-2
6	6	Корпоративный бренд в индустрии гостеприимства	4 (0)	Пз	ПК-2
7	7	Синхронизация личного бренда управленца и бренда предприятия	2 (0)	Пз	ПК-2
8	8	Цифровая идентичность: концепция, структура, особенности	2 (0)	Пз	ПК-2
9	9	Инструменты управления цифровым присутствием	4 (0)	Пз	ПК-2
10	10	Кризис репутации	2 (0)	Деловая игра	ПК-2
11	11	коммуникация бренда	2 (0)	Пз	ПК-2
12	12	Нетворкинг и развитие профессиональных связей	2 (0)	Деловая игра	ПК-2
13	13	Мониторинг и оценка эффективности бренда	2 (0)	Пз	ПК-2
14	14	Презентация личного бренда	2 (0)	Тест, Пз	ПК-2

4.3.2. Перечень тем (вопросов), выносимых на самостоятельное изучение самостоятельной работы студентов

№ п/п	Тема	Задание	Формируемая компетенция	ИДК
1	«Разработка стратегии личного бренда и цифровой идентичности управленца предприятия гостеприимства/персональных услуг»	Разработка стратегии личного бренда и цифровой идентичности управленца	ПК-2	ПК-2

4.4. Методические указания по организации самостоятельной работы студентов

Самостоятельная работа студентов всех форм и видов обучения является одним из обязательных видов образовательной деятельности, обеспечивающей реализацию требований Федеральных государственных стандартов высшего профессионального образования. Согласно требованиям нормативных документов самостоятельная работа студентов является обязательным компонентом образовательного процесса, так как она обеспечивает закрепление получаемых на лекционных занятиях знаний путем приобретения навыков осмысления и расширения их содержания, навыков решения актуальных проблем формирования общекультурных и профессиональных компетенций, научно-исследовательской деятельности, подготовки к семинарам, лабораторным работам, сдаче зачетов и экзаменов. Самостоятельная работа студентов представляет собой совокупность аудиторных и внеаудиторных занятий и работ. Самостоятельная работа в рамках образовательного процесса в вузе решает следующие задачи:

- закрепление и расширение знаний, умений, полученных студентами во время аудиторных и внеаудиторных занятий, превращение их в стереотипы умственной и физической деятельности;
- приобретение дополнительных знаний и навыков по дисциплинам учебного плана;
- формирование и развитие знаний и навыков, связанных с научно-исследовательской деятельностью;
- развитие ориентации и установки на качественное освоение образовательной программы;
- развитие навыков самоорганизации;
- формирование самостоятельности мышления, способности к саморазвитию, самосовершенствованию и самореализации;
- выработка навыков эффективной самостоятельной профессиональной теоретической, практической и учебно-исследовательской деятельности.

Подготовка к лекции. Качество освоения содержания конкретной дисциплины прямо зависит от того, насколько студент сам, без внешнего принуждения формирует у себя установку на получение на лекциях новых знаний, дополняющих уже имеющиеся по данной дисциплине. Время на подготовку студентов к двухчасовой лекции по нормативам составляет не менее 0,2 часа.

Подготовка к практическому занятию. Подготовка к практическому занятию включает следующие элементы самостоятельной деятельности: четкое представление цели и задач его проведения; выделение навыков умственной, аналитической, научной

деятельности, которые станут результатом предстоящей работы. Выработка навыков осуществляется с помощью получения новой информации об изучаемых процессах и с помощью знания о том, в какой степени в данное время студент владеет методами исследовательской деятельности, которыми он станет пользоваться на практическом занятии. Подготовка к практическому занятию нередко требует подбора материала, данных и специальных источников, с которыми предстоит учебная работа. Студенты должны дома подготовить к занятию 3–4 примера формулировки темы исследования, представленного в монографиях, научных статьях, отчетах. Затем они самостоятельно осуществляют поиск соответствующих источников, определяют актуальность конкретного исследования процессов и явлений, выделяют основные способы доказательства авторами научных работ ценности того, чем они занимаются. В ходе самого практического занятия студенты сначала представляют найденные ими варианты формулировки актуальности исследования, обсуждают их и обосновывают свое мнение о наилучшем варианте. Время на подготовку к практическому занятию по нормативам составляет не менее 0,2 часа.

Подготовка к контрольной работе. Контрольная работа назначается после изучения определенного раздела (разделов) дисциплины и представляет собой совокупность развернутых письменных ответов студентов на вопросы, которые они заранее получают от преподавателя. Самостоятельная подготовка к контрольной работе включает в себя: — изучение конспектов лекций, раскрывающих материал, знание которого проверяется контрольной работой; повторение учебного материала, полученного при подготовке к семинарским, практическим занятиям и во время их проведения; изучение дополнительной литературы, в которой конкретизируется содержание проверяемых знаний; составление в мысленной форме ответов на поставленные в контрольной работе вопросы; формирование психологической установки на успешное выполнение всех заданий. Время на подготовку к контрольной работе по нормативам составляет 2 часа.

Подготовка к экзамену. Самостоятельная подготовка к экзамену схожа с подготовкой к зачету, особенно если он дифференцированный. Но объем учебного материала, который нужно восстановить в памяти к экзамену, вновь осмыслить и понять, значительно больше, поэтому требуется больше времени и умственных усилий. Важно сформировать целостное представление о содержании ответа на каждый вопрос, что предполагает знание разных научных трактовок сущности того или иного явления, процесса, умение раскрывать факторы, определяющие их противоречивость, знание имен ученых, изучавших обсуждаемую проблему. Необходимо также привести информацию о материалах эмпирических исследований, что указывает на всестороннюю подготовку студента к экзамену. Время на подготовку к экзамену по нормативам составляет 36 часов для бакалавров.

Формы внеаудиторной самостоятельной работы

Составление глоссария Цель самостоятельной работы: повысить уровень информационный культуры; приобрести новые знания; отработать необходимые навыки в предметной области учебного курса. Глоссарий — словарь специализированных терминов и их определений. Статья глоссария — определение термина. Содержание задания: сбор и систематизация понятий или терминов, объединенных общей специфической тематикой, по одному либо нескольким источникам. Выполнение задания: 1) внимательно прочитать работу; 2) определить наиболее часто встречающиеся термины; 3) составить список терминов, объединенных общей тематикой; 4) расположить термины в алфавитном порядке; 5) составить статьи глоссария: — дать точную формулировку термина в именительном падеже; — объемно раскрыть смысл данного термина Планируемые результаты самостоя-

тельной работы: способность студентов решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности.

Разработка проекта (индивидуального, группового) Цель самостоятельной работы: развитие способности прогнозировать, проектировать, моделировать. Проект — «ограниченное во времени целенаправленное изменение отдельной системы с установленными требованиями к качеству результатов, возможными рамками расхода средств и ресурсов и специфической организацией». Выполнение задания: 1) диагностика ситуации (проблематизация, целеполагание, конкретизация цели, форматирование проекта); 2) проектирование (уточнение цели, функций, задач и плана работы; теоретическое моделирование методов и средств решения задач; детальная проработка этапов решения конкретных задач; пошаговое выполнение запланированных проектных действий; систематизация и обобщение полученных результатов, конструирование предполагаемого результата, пошаговое выполнение проектных действий); 3) рефлексия (выяснение соответствия полученного результата замыслу; определение качества полученного продукта; перспективы его развития и использования). Предполагаемые результаты самостоятельной работы: готовность студентов использовать знание современных проблем науки и образования при решении образовательных и профессиональных задач; готовность использовать индивидуальные креативные способности для оригинального решения исследовательских задач; — способность прогнозировать, проектировать, моделировать.

Информационный поиск Цель самостоятельной работы: развитие способности к проектированию и преобразованию учебных действий на основе различных видов информационного поиска. Информационный поиск — поиск неструктурированной документальной информации. Список современных задач информационного поиска: решение вопросов моделирования; классификация документов; фильтрация, классификация документов; проектирование архитектур поисковых систем и пользовательских интерфейсов; извлечение информации (аннотирование и реферирование документов); выбор информационно-поискового языка запроса в поисковых системах. Содержание задания по видам поиска: поиск библиографический — поиск необходимых сведений об источнике и установление его наличия в системе других источников. Ведется путем разыскания библиографической информации и библиографических пособий (информационных изданий); поиск самих информационных источников (документов и изданий), в которых есть или может содержаться нужная информация; — поиск фактических сведений, содержащихся в литературе, книге (например, об исторических фактах и событиях, о биографических данных из жизни и деятельности писателя, ученого и т. п.). Выполнение задания:

- 1) определение области знаний;
- 2) выбор типа и источников данных;
- 3) сбор материалов, необходимых для наполнения информационной модели;
- 4) отбор наиболее полезной информации;
- 5) выбор метода обработки информации (классификация, кластеризация, регрессионный анализ и т.д.);
- 6) выбор алгоритма поиска закономерностей;
- 7) поиск закономерностей, формальных правил и структурных связей в собранной информации;
- 8) творческая интерпретация полученных результатов.

Планируемые результаты самостоятельной работы: — способность студентов решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности; готовность использовать знание современных проблем науки и образования при решении образовательных и профессиональных задач.

Разработка мультимедийной презентации Цели самостоятельной работы (варианты): — освоение (закрепление, обобщение, систематизация) учебного материала; — обеспечение контроля качества знаний; — формирование специальных компетенций, обеспечивающих возможность работы с информационными технологиями; — становление общекультурных компетенций. Мультимедийная презентация — представление содержания учебного материала, учебной задачи с использованием мультимедийных технологий.

Выполнение задания:

1. Этап проектирования: — определение целей использования презентации; — сбор необходимого материала (тексты, рисунки, схемы и др.); — формирование структуры и логики подачи материала; — создание папки, в которую помещен собранный материал.

2. Этап конструирования: — выбор программы MS PowerPoint в меню компьютера; — определение дизайна слайдов; — наполнение слайдов собранной текстовой и наглядной информацией; — включение эффектов анимации и музыкального сопровождения (при необходимости); — установка режима показа слайдов (титальный слайд, включающий наименование кафедры, где выполнена работа, название презентации, город и год; содержательный — список слайдов презентации, сгруппированных по темам сообщения; заключительный слайд содержит выводы, пожелания, список литературы и пр.).

3. Этап моделирования — проверка и коррекция подготовленного материала, определение продолжительности его демонстрации.

Планируемые результаты самостоятельной работы: — повышение информационной культуры студентов и обеспечение их готовности к интеграции в современное информационное пространство; — способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности; — способность к критическому восприятию, обобщению, анализу профессиональной информации, постановке цели и выбору путей ее достижения; — способность применять современные методики и технологии организации и реализации образовательного процесса на различных образовательных ступенях в различных образовательных учреждениях; — готовность использовать индивидуальные креативные способности для оригинального решения исследовательских задач.

В ФБГОУ ВО «ИГУ» организация самостоятельной работы студентов регламентируется Положением о самостоятельной работе студентов, принятым Ученым советом ИГУ 22 июня 2012 г.

4.5. Примерная тематика курсовых работ (проектов)

По данной дисциплине выполнение курсовых проектов (работ) не предусматривается.

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

а) основная литература

1. Домнин, Владимир Николаевич. Брендинг [Текст] : учеб. и практикум для

бакалавриата и магистратуры / В. Н. Домнин. - М. : Юрайт, 2019. - 411 с. : ил., табл. ; 24 см. - (Бакалавр и магистр. Академический курс). - Библиогр. в конце глав. - Библиогр.: с. 376-381. - ISBN 978-5-534-02980-2 : 1035.72 р.

2. Семенова, Лидия Михайловна. Имиджмейкинг [Электронный ресурс] : Учебник и практикум для вузов / Л. М. Семенова. - Электрон. текстовые дан. - Москва : Юрайт, 2021. - 141 с. - (Высшее образование). - ЭБС "Юрайт". - неогранич. доступ. - ISBN 978-5-534-11004-3 : 449.00 р.

3. Бренд в современной культуре [Текст] : научное издание / Омск. гос. тех. ун-т ; ред. Л. М. Дмитриева. - М. : Магистр ; М. : Инфра-М, 2017. - 198 с. ; 20 см. - Библиогр.: с. 191-198. - ISBN 978-5-9776-0369-0. - ISBN 978-5-16-011410-1 : 467.39 р.

б) дополнительная литература

1. Кузьмина, Ольга Геннадьевна. Бренд-менеджмент [Текст] : учеб. пособие / О. Г. Кузьмина. - М. : Риор ; М. : Инфра-М, 2017. - 175 с. ; 20 см. - (Высшее образование. Бакалавриат). - ISBN 978-5-369-01614-5. - ISBN 978-5-16-012452-0 : 384.89 р.

2. Тульчинский, Григорий Львович. Бренд-менеджмент. Брендинг и работа с персоналом [Текст] : учеб. пособие для бакалавриата и магистратуры / Г. Л. Тульчинский, В. И. Терентьева. - 2-е изд., испр. и доп. - М. : Юрайт, 2018. - 254 с. ; 24 см. - (Авторский учебник). - Библиогр.: с. 253-254. - ISBN 978-5-534-05503-0 : 664.56 р.

в) периодическая литература

1. Бренд-менеджмент [Электронный ресурс] : журнал

г) базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

Нет.

В соответствии с п. 4.3.4. ФГОС ВО, обучающимся в течение всего периода обучения обеспечен неограниченный доступ (удаленный доступ) к электронно-библиотечным системам:

— Открытая электронная база ресурсов и исследований «Университетская информационная система РОССИЯ» [Электронный ресурс] : сайт. – Режим доступа: <http://uisrussia.msu.ru> бессрочный

— Государственная информационная система «Национальная электронная библиотека» [Электронный ресурс] : сайт. – Режим доступа: <http://нэб.рф>. бессрочный

— Научная электронная библиотека «ELIBRARY.RU» [Электронный ресурс] : сайт. - Контракт № 148 от 23.12.2020 г. Акт от 24.12.2020 г. Срок действия по 31.12.2022 г. – Режим доступа: <http://elibrary.ru/>

— ЭБС «Издательство Лань». Контракт № 04-Е-0346 от 12.11.2021 г. № 976 от 14.11.2021 г. Срок действия по 13.11.2022 г. – Режим доступа: <https://www.e.lanbook.com>

— ЭБС ЭЧЗ «Библиотех». Государственный контракт № 019 от 22.02.2011 г. ООО «Библиотех». Лицензионное соглашение к Государственному контракту № 019 от 22.02.2011. Срок действия: бессрочный. – Режим доступа: <https://isu.bibliotech.ru/>

— ЭБС «Рукопт» ЦКБ «Бибком». № 04-Е-0343 от 12.11.2021 г. Акт № бК-5195 от 14.11.2021 г. Срок действия по 13.11.2022г. – Режим доступа: <http://rucont.ru>

— ЭБС «Айбукс.ру/ibooks.ru» ООО «Айбукс». Контракт № 04-Е-0344 от 12.11.2021 г.; Акт от 14.11.2021 г. Срок действия по 13.11.2022 г. – Режим доступа: <http://ibooks.ru>

— Электронно-библиотечная система «ЭБС Юрайт». ООО «Электронное издательство Юрайт». Контракт № 04-Е-0258 от 20.09.2021г. Контракт № 04-Е-0258 от

20.09.2021 г. Срок действия по 17.10. 2022 г. – Режим доступа: <https://urait.ru>

— УБД ИВИС. Контракт № 04-Е-0347 от 12.11.2021 г. Акт от 15.11.2021 г. Срок действия с 01.01.2022 по 31.12.2022 г. – Режим доступа: <http://dlib.eastview.com>

— Электронная библиотека ИД Гребенников. Контракт № 04-Е-0348 от 12.11.2021г.; Акт № 348 от 15.11.2021 г. Срок действия с 01.01.2022 по 31.12.2022 – Режим доступа: <http://grebennikon.ru>

VI. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

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
---	---	--

<p>Специальные помещения: Учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа, текущего контроля, промежуточной аттестации.</p>	<p>Аудитория оборудована специализированной учебной мебелью, техническими средствами обучения, служащими для представления информации большой аудитории:</p> <p>Ноутбук(AserAspirev3-5516 (AMDA10-4600M 2300 МГц)) (1 штука) с неограниченным доступом к сети Интернет; Проектор Vivitek, экран ScreenVtdiaEcot- 3200*200MW 1:1, колонки, наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающие тематические иллюстрации, соответствующие рабочей программе дисциплины «Архитектурный подход к развитию предприятий и информационных систем».</p> <p>Учебная лаборатория: компьютеры для проведения практических работ (Системный блок AMDAthlon-64 X3 445 3100 МГц), Монитор LG F1742S (2 штуки), Монитор ViewSonic VA703b(24 штуки) с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации; проектор Sony XGA VPLSX535, экран ScreenVtdiaEcot- 3200*200MW 1:1</p>	<p>ОС Windows: DreamSpark Premium, Договор № 03-016-14 от 30.10.2014</p> <p>Microsoft Office: 0365ProPiusOpenStudents ShrdSvr ALNG subs VL NL I MthAcadmsStdnt w/Faculty (15000 лицензий)</p> <p>Kaspersky Endpoint Security длябизнеса- стандартный Russian Edition. 15002499 Node 1 year Educational License № 1B08-170221-054045-730-177</p> <p>BusinessStudio Лицензия № 7464 (бессрочно)</p>
--	---	---

Специальные помещения: компьютерный класс (учебная аудитория) для групповых и индивидуальных консультаций, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), организации самостоятельной работы, в том числе, научно-исследовательской	Аудитория оборудована специализированной учебной мебелью, техническими средствами обучения: компьютеры (системный блок AMD Athlon 64 X2 DualCore 3600+ 1900 МГц (15 штук), Монитор LGFlatron L1742SE (14 штук), Монитор ViewSonic VG720) с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.	ОС Windows: DreamSpark Premium, Договор № 03-016-14 от 30.10.2014 Microsoft Office: 0365ProPiusOpenStudents ShrdSvr ALNG subs VL NL I MthAcadmsStdnt w/Faculty (15000 лицензий) Kaspersky Endpoint Security для бизнеса- стандартный Russian Edition. 15002499 Node 1 year Educational License № 1B08-170221-054045-730-177
--	---	---

6.2. Программное обеспечение

№	Наименование Программного продукта	Кол-во	Обоснование для пользования ПО	Дата выдачи лицензии	Срок действия права пользования
1	Microsoft® Windows® Professional 7 Russian Upgrade Academic OPEN No Level Promo	12	Номер Лицензии Microsoft 46211164 Гос.контракт № 03-162-09 от 01.12.2009	01.12.2009	Условия правообладателя

6.3. Технические и электронные средства

Методической системой преподавания предусмотрено использование технических и электронных средств обучения и контроля знаний студентов: мультимедийные презентации, фрагменты фильмов.

VII. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

При реализации программы данной дисциплины используются различные образовательные технологии, в том числе электронное обучение и дистанционные образовательные технологии.

Проблемное обучение	Создание в учебной деятельности проблемных ситуаций и организация активной самостоятельной деятельности учащихся по их разрешению, в результате чего происходит творческое овладение знаниями, умениями, навыками, развиваются мыслительные способности
---------------------	---

Разноуровневое обучение	У преподавателя появляется возможность помогать слабому, уделять внимание сильному, реализуется желание сильных учащихся быстрее и глубже продвигаться в образовании. Сильные учащиеся утверждают в своих способностях, слабые получают возможность испытывать учебный успех, повышается уровень мотивации ученья.
Проектные методы обучения	Работа по данной методике дает возможность развивать индивидуальные творческие способности учащихся, более осознанно подходить к профессиональному и социальному самоопределению
Исследовательские методы в обучении	Дает возможность учащимся самостоятельно пополнять свои знания, глубоко вникать в изучаемую проблему и предполагать пути ее решения, что важно при формировании мировоззрения. Это важно для определения индивидуальной траектории развития каждого обучающегося
Лекционно-семинарскозачетная система	Данная система дает возможность сконцентрировать материал в блоки и преподносить его как единое целое, а контроль проводить по предварительной подготовке обучающихся
Информационно-коммуникационные технологии	Изменение и неограниченное обогащение содержания образования, использование интегрированных курсов, доступ в ИНТЕРНЕТ.

Наименование тем занятий с использованием активных форм обучения:

№	Тема занятия	Вид занятия	Форма / Методы интерактивного обучения	Кол-во часов (из них электронные часы)
1				
2				
3				
4				
5				
6				

VIII. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

8.1. Оценочные средства текущего контроля

№ п/п	Вид контроля	Контролируемые темы (разделы)	Компетенции, компоненты которых контролируются
1	Практическое задание	<p>Тема 1. Введение в дисциплину. Понятие личного бренда и цифровой идентичности.</p> <p>Тема 2. Самоанализ как фундамент бренда: ценности, сильные стороны, профессиональная миссия.</p> <p>Тема 3. Целевая аудитория личного бренда управленца.</p> <p>Тема 5. Имидж управленца в индустрии сервиса гостинично-ресторанного бизнеса и предприятий, оказывающие персональные услуги.</p> <p>Тема 6. Корпоративный бренд в индустрии гостинично-ресторанного сервиса и персональных услуг.</p> <p>Тема 7. Синхронизация личного бренда управленца и бренда предприятия.</p> <p>Тема 8. Цифровая идентичность: концепция, структура, особенности.</p> <p>Тема 9. Инструменты управления цифровым присутствием.</p> <p>Тема 11. Сторителлинг и коммуникация бренда.</p> <p>Тема 13. Мониторинг и оценка эффективности бренда.</p> <p>Тема 14. Перспективы развития личного бренда. Обобщение курса.</p> <p>«Разработка стратегии личного бренда и цифровой идентичности управленца предприятия гостеприимства/персональных услуг».</p>	ПК-2
2	Проект	Тема 4. Разработка стратегии личного бренда.	ПК-2
3	Деловая игра	<p>Тема 10. Репутационный менеджмент в цифровой среде.</p> <p>Тема 12. Нетворкинг и развитие профессиональных связей.</p>	ПК-2
4	Тест	Тема 14. Перспективы развития личного бренда. Обобщение курса.	ПК-2

Примеры оценочных средств для текущего контроля

Демонстрационный вариант теста

1. Задание с единичным выбором. Выберите один правильный ответ.

Что из перечисленного является элементом платформы личного бренда?

- a. Бухгалтерский баланс
- b. Расписание занятий
- c. Должностная инструкция
- d. ЦА, ценности, нарратив, визуальный код

2. Задание с единственным выбором. Выберите один правильный ответ.

Что такое «цифровой след» (Digital Footprint)?

- a. Логин и пароль
- b. Номер телефона
- c. Файлы cookie браузера
- d. Совокупность данных, оставляемых пользователем в сети Интернет

3. Задание с единственным выбором. Выберите один правильный ответ.

Что понимается под «синхронизацией» личного бренда управленца и бренда предприятия гостеприимства?

- a. Назначение управленца официальным представителем бренда по приказу директора
- b. Согласованность ценностей, визуального стиля и коммуникационных посланий управленца и предприятия, формирующая единый образ в восприятии гостей
- c. Одновременная публикация постов в социальных сетях компании и личном аккаунте руководителя
- d. Использование одинаковых паролей в корпоративных и личных аккаунтах

4. Задание с единственным выбором. Выберите один правильный ответ.

Управленец ресторана регулярно отвечает на негативные отзывы гостей в интернете, публикует экспертные статьи о сервисе и ведёт профессиональный блог. Какую стратегию он реализует?

- a. Антикризисный PR
- b. Управление онлайн-репутацией (ORM) как часть стратегии личного бренда
- c. Внутренний HR-брендинг
- d. Партизанский маркетинг

5. Задание с единственным выбором. Выберите один правильный ответ.

Какой инструмент самодиагностики чаще всего используется при «распаковке» личного бренда для выявления сильных и слабых сторон управленца?

- a. Органиграмма предприятия
- b. Бюджетная матрица
- c. Диаграмма Ганта
- d. SWOT-анализ личности

8.2. Оценочные средства для промежуточной аттестации

Вопросы к экзамену:

1. Дайте определение что такое личный бренд
2. Какие инструменты и методики вы знаете по определению ценностей и сильных сторон личности
3. Какие инструменты анализа целевой аудитории вы знаете

4. Расскажите этапы, которые включаются в стратегию

5. Дайте определение понятию имиджа

Другие оценочные средства:

Доклады

Студент готовит доклад (7–10 минут) по одной из предложенных тем. Доклад должен содержать теоретическую часть, анализ кейса из индустрии гостеприимства и собственные выводы.

Примерные темы докладов:

Личный бренд топ-менеджера как конкурентное преимущество гостиничного предприятия

Цифровая идентичность управленца: возможности и риски в эпоху социальных медиа

Сравнительный анализ личного брендинга двух известных персон в гостинично-ресторанной сфере

Контент-стратегия ресторатора: как выстроить доверие гостей через социальные сети

Репутационный кризис в индустрии гостеприимства: алгоритм управления образом

Синергия бренда управленца и бренда предприятия на примере российских рестораторов

Искусственный интеллект и персональный брендинг: перспективы и угрозы

Критерии оценки:

Глубина проработки темы

Наличие кейсов и примеров из профессиональной практики

Умение отвечать на вопросы аудитории

Качество устного изложения

Презентации

Студенты разрабатывают и представляют мультимедийные презентации (10–15 слайдов), сопровождающие доклад или итоговый бренд-проект.

Требования к презентации:

Чёткая структура: проблема → анализ → решение → выводы

Визуальное соответствие теме бренда

Наличие кейсов, схем, иллюстраций

Актуальность источников (не старше 5 лет)

Критерии оценки:

Качество содержания и структуры

Визуальное оформление и читаемость слайдов

Соответствие теме дисциплины

Практические занятия

Каждый студент к моменту промежуточной аттестации формирует итоговый портфолио бренда, включающий:

Личная платформа бренда: ценности, миссия, уникальное ценностное предложение (1 стр.)

Анализ целевой аудитории личного бренда (1 стр.)

Цифровой профиль: оптимизированная страница на профессиональной платформе (скриншот + описание)

Контент-план продвижения личного бренда на 1 месяц (таблица)

Краткий анализ бренда выбранного предприятия гостеприимства и предложения по его улучшению (1–2 стр.)

Критерии оценки практического задания:

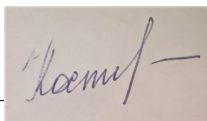
Целостность и последовательность бренд-концепции

Практическая применимость разработанных инструментов

Обоснование предложений ссылками на материалы курса

Качество оформления и подачи материала

Разработчики:



старший преподаватель
(занимаемая должность)

Н.Г. Костина
(инициалы, фамилия)

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО и учетом рекомендаций ПООП по направлению подготовки 43.03.01 «Сервис».

Программа рассмотрена на заседании кафедры туризма и сервиса

Протокол № 8 от «11» марта 2026 г.

зав. кафедры



Н.А. Антонова

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