

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Юров Сергей Серафимович

Должность: ректор

Дата подписания: 16.05.2023 13:57:43

Уникальный программный ключ:

3cba11a39f7f7fadc578ee5ed1f72a427b45709d10da52f2f114bf9bf44b8f14

Автономная некоммерческая организация высшего образования

**“ИНСТИТУТ БИЗНЕСА И ДИЗАЙНА”**

ФАКУЛЬТЕТ УПРАВЛЕНИЯ БИЗНЕСОМ



УТВЕРЖДАЮ

Ректор

С.С. Юров

«14» апреля 2022 г.

## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

### Б1.В.14 ЛИЧНЫЙ БРЕНДИНГ

**Для направления подготовки:**

38.03.02 Менеджмент

(уровень бакалавриата)

**Типы задач профессиональной деятельности:**

*организационно-управленческий; информационно-аналитический*

**Направленность (профиль):**

«Бренд-менеджмент»

**Форма обучения:**

очная, очно-заочная

Москва – 2022

Разработчик (и): Толкачев Андрей Николаевич, кандидат юридических наук, доцент кафедры менеджмента и маркетинга АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна».

«01» марта 2022 г.


  
(подпись)

/А.Н. Толкачев /

Рабочая программа разработана в соответствии с требованиями ФГОС ВО 38.03.02 Менеджмент (уровень бакалавриата), утв. Приказом Министерства образования и науки РФ № 970 от 12.08.2020 г.

СОГЛАСОВАНО:

Декан ФУБ

  
(подпись)

/Н.Е. Козырева /

Заведующая кафедрой  
разработчика РПД

  
(подпись)

/ Е.С. Мальцева /

Протокол заседания кафедры № 8 от «04» марта 2022 г.

## 1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

**Цель:** формирование у студентов представлений о значении персонального маркетинга и брендинга для успешного развития карьеры, а также методах и инструментах самостоятельной разработки и продвижения персонального бренда.

**Задачи:**

- сформировать у студентов понимание роли и значения бренда в деятельности современных компаний;
- выработать у студентов практические навыки, связанные с процессом создания бренда и управления брендом.

## 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

### 2.1. Место дисциплины в учебном плане:

**Блок:** Блок 1. Дисциплины (модули).

**Часть:** Часть, формируемая участниками образовательных отношений.

**Осваивается:** 5 семестр по очной форме обучения, 6 семестр по очно-заочной форме обучения.

## 3. КОМПЕТЕНЦИИ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

**ПК-4** – способен разрабатывать, внедрять и совершенствовать систему маркетинговых коммуникаций в организации

## 4. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ОБУЧАЮЩИМСЯ

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Результаты обучения
ПК-4 Способен разрабатывать, внедрять и совершенствовать систему маркетинговых коммуникаций в организации	<b>ПК-4.1.</b> Разрабатывает систему маркетинговых коммуникаций в организации	<b>Знает:</b> инструментарий разработки системы маркетинговых коммуникаций в организации <b>Умеет:</b> разрабатывать систему маркетинговых коммуникаций в организации <b>Владеет:</b> навыком разработки системы маркетинговых коммуникаций в организации
	<b>ПК-4.2.</b> Определяет каналы коммуникации с потребителями товаров и услуг	<b>Знает:</b> технологию определения каналов коммуникации с потребителями товаров и услуг <b>Умеет:</b> определять каналы коммуникации с потребителями товаров и услуг <b>Владеет:</b> способностью определять каналы коммуникации с потребителями товаров и услуг

## 5. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ВИДОВ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ ПО СЕМЕСТРАМ

Общая трудоемкость дисциплины «Личный брендинг» для студентов всех форм обучения, реализуемых в АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент составляет: 4 зачетных единицы (144 часа).

Вид учебной работы	Всего число часов и (или) зачетных единиц (по формам обучения)	
	Очная	Очно-заочная
<b>Аудиторные занятия</b>	36	36
<i>в том числе:</i>		
Лекции	18	18
Практические занятия	18	18
Лабораторные работы	-	-
<b>Самостоятельная работа</b>	108	108
<i>в том числе:</i>		
часы на выполнение КР / КП	-	-
<b>Промежуточная аттестация:</b>		
Вид	Зачёт с оценкой – 5 семестр	Зачёт с оценкой – 6 семестр
Трудоемкость (час.)	-	-
<b>Общая трудоемкость з.е. / часов</b>	4 з.е. / 144 час.	

## 6. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Темы дисциплины		Количество часов (по формам обучения)							
№	Наименование	Очная				Очно-заочная			
		Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	Самост. работа (в т.ч. КР / КП)	Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	Самост. работа (в т.ч. КР / КП)
1	Личный бренд	2	-	-	14	2	-	-	14
2	Фирменный стиль. Бриф	3	2	-	14	3	2	-	14
3	Разработка логотипа	2	2	-	14	2	2	-	14
4	Элементы фирменного стиля	2	3	-	13	2	3	-	13
5	Верстка визитки и бланка	2	3	-	13	2	3	-	13
6	Фирменные носители	2	2	-	14	2	2	-	14
7	Оформление социальных сетей	3	3	-	13	3	3	-	13
8	Разработка концепции сайта и презентации	2	3	-	13	2	3	-	13
Итого (часов)		18	18	-	108	18	18	-	108
<b>Форма контроля:</b>		<i>зачёт с оценкой</i>			-	<i>зачёт с оценкой</i>			-
<b>Всего по дисциплине:</b>		144 / 4 з.е.				144 / 4 з.е.			

### СОДЕРЖАНИЕ ТЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

*Тема 1. Личный бренд*

Что такое личный бренд. Разбор понятий бренд, брендинг, личный брендинг, айдентика, фирменный стиль.

### ***Тема 2. Фирменный стиль. Бриф***

Что такое фирменный стиль и из чего он состоит. Фирменный цвета, элементы, шрифты и логотип. Что такое бриф. Для чего он нужен, как его составить.

### ***Тема 3. Разработка логотипа***

История и значение логотипа. Конструкция. Изучение разных приемов логотипов. Создание эскизов разных приемов. Доработка итогового варианта.

### ***Тема 4. Элементы фирменного стиля***

Состав фирменного стиля: цвета, шрифты, узоры, иллюстрации. Подбор шрифтов. Психология цвета. Графические элементы в одном стиле для разных носителей.

### ***Тема 5. Верстка визитки и бланка***

Основы верстки. Основы программы Adobe Indesign.

### ***Тема 6. Фирменные носители***

Какие бывают фирменные носители. Их задача.

### ***Тема 7. Оформление социальных сетей***

Какие бывают сетки для профиля. Необходимые элементы. Аватарка, обложка, иконки.

### ***Тема 8. Разработка концепции сайта и презентации***

Общая концепция сайта и презентации. Оформление портфолио. Тексты на сайт и для презентации.

## **7. ПРИМЕРНАЯ ТЕМАТИКА КУРСОВЫХ РАБОТ**

Курсовая работа не предусмотрена

## **8. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ: Приложение 1.**

## **9. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ:**

### **9.1. Рекомендуемая литература:**

1. Шевченко, Д. А. Управление брендом : учебник : [16+] / Д. А. Шевченко, Е. В. Пономарева. – Москва : Директ-Медиа, 2022. – 291 с.  
Режим доступа: [https://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_red&id=694021](https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=694021)
2. Бутакова, А. Д. Фирменный стиль и его роль в успешном продвижении бренда. Анализ визуальной составляющей рекламных коммуникаций / А. Д. Бутакова. – Москва : Лаборатория книги, 2012. – 101 с.  
Режим доступа: [https://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_red&id=142857](https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=142857)
3. Чернатони, Л. Брендинг: как создать мощный бренд : учебник / Л. Чернатони, М. МакДональд ; предисл. Б. Л. Ерёмину ; ред. Г. А. Клебче ; пер. с англ. под ред. Б. Л. Ерёмину. – Москва : Юнити-Дана, 2017. – 559 с.  
Режим доступа: [https://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_red&id=691470](https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=691470)

4. Макашев, М. О. Бренд : учебное пособие / М. О. Макашев. – Москва : Юнити-Дана, 2017. – 208 с.  
Режим доступа: [https://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_red&id=684513](https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=684513)
5. HR-брендинг : учебное пособие : [12+] / авт.-сост. А. И. Коломиец. – Москва : Директ-Медиа, 2022. – 136 с.  
Режим доступа: [https://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_red&id=683090](https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=683090)
6. Грошев, И. В. Системный бренд-менеджмент : учебник / И. В. Грошев, А. А. Краснослободцев. – Москва : Юнити-Дана, 2017. – 656 с.  
Режим доступа: [https://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_red&id=685109](https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=685109)
7. Шестакова, Е. В. Формирование модели HR-бренда предприятия в системе управления человеческими ресурсами=Development of the company's HR brand model in the human resources management system / Е. В. Шестакова, М. В. Хомидова. – Москва : Креативная экономика, 2020. – 162 с.  
Режим доступа: [https://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_red&id=599742](https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=599742)

## **9.2. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения.**

При осуществлении образовательного процесса по данной учебной дисциплине предполагается использование:

### **Лицензионное программное обеспечение:**

1. Kaspersky Endpoint Security KL4863RAPFQ (Договор: Tr000583293, срок действия по 16.02.2022 г.);
2. Windows 10 Pro Professional (Договор: Tr000391618, срок действия с 20.02.2020 г. по 28.02.2023 г., Лицензия: V8732726);
3. Microsoft Office Professional Plus 2019 (Договор: Tr000391618, срок действия с 20.02.2020 г. по 28.02.2023 г., Лицензия: V8732726).

### **Свободно распространяемое программное обеспечение:**

1. Браузер Google Chrome;
2. Архиватор 7-Zip;
3. Adobe Reader - программа для просмотра, печати и комментирования документов в формате PDF;
4. ZOOM - программа для организации видеоконференций;
5. Медиаплеер VLC

## **9.3. Перечень современных профессиональных баз данных, информационных справочных систем и ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»**

1. <https://biblioclub.ru/> - университетская библиотечная система online Библиоклуб.ру
2. <http://window.edu.ru/> - единое окно доступа к образовательным ресурсам
3. <https://uisrussia.msu.ru/> - базы данных и аналитических публикаций университетской информационной системы Россия
4. <https://www.elibrary.ru/> - электронно-библиотечная система eLIBRARY.RU, крупнейшая в России электронная библиотека научных публикаций
5. <http://www.consultant.ru/> - справочная правовая система КонсультантПлюс
6. <https://gufo.me/> - справочная база энциклопедий и словарей Gufo.me
7. <https://slovaronline.com> - поисковая система по всем доступным словарям и энциклопедиям

8. <https://www.tandfonline.com/> - коллекция журналов Taylor&Francis Group включает в себя около двух тысяч журналов и более 4,5 млн. статей по различным областям знаний
9. <https://www.dejurka.ru/> - Дежурка - информационный портал о создании сайтов
10. <http://kak.ru> - [КАК) - журнал о графическом дизайне
11. <https://adme.media/> - AdMe - сайт о творчестве

## **10. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **Кабинет № 424- учебное помещение № I-58 для проведения учебных занятий.**

Учебное помещение оборудовано набором демонстрационного оборудования и набором учебно-наглядных пособий в цифровом виде, обеспечивающих тематические иллюстрации, соответствующие рабочей программе дисциплины.

#### **Учебное помещение оснащено оборудованием и техническими средствами обучения:**

1. стационарный широкоформатный мультимедиа-проектор Epson EB-X41;
2. проекционный экран;
3. доска маркерная учебная;
4. столы - 15 шт.;
5. стулья – 71 шт.;
6. акустическая система;
7. блок управления проекционным оборудованием;
8. персональный компьютер преподавателя (с техническими характеристиками не ниже Intel Core i5-2100) - 1 шт.

Компьютер подключен к сети «Интернет», с обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна».

### **Кабинет № 402- помещение № I-11, для самостоятельной работы.**

#### **Помещение оснащено оборудованием и техническими средствами обучения:**

1. стационарный широкоформатный мультимедиа-проектор Epson EB-X41;
2. проекционный экран;
3. доска маркерная учебная;
4. столы – 14 шт.;
5. стулья – 28 шт.;
6. акустическая система;
7. блок управления проекционным оборудованием;
8. персональный компьютер преподавателя (с техническими характеристиками не ниже Intel Core i5-2100) - 1 шт.
9. персональные компьютеры - 26 шт.

Все компьютеры подключены к сети «Интернет», с обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна».

## **11. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ**

Продуктивность усвоения учебного материала во многом определяется интенсивностью и качеством самостоятельной работы студента. Самостоятельная работа предполагает формирование культуры умственного труда, самостоятельности и

инициативы в поиске и приобретении знаний; закрепление знаний и навыков, полученных на всех видах учебных занятий; подготовку к предстоящим занятиям, экзаменам; выполнение контрольных работ.

Самостоятельный труд развивает такие качества, как организованность, дисциплинированность, волю, упорство в достижении поставленной цели, вырабатывает умение анализировать факты и явления, учит самостоятельному мышлению, что приводит к развитию и созданию собственного мнения, своих взглядов. Умение работать самостоятельно необходимо не только для успешного усвоения содержания учебной программы, но и для дальнейшей творческой деятельности.

Основу самостоятельной работы студента составляет работа с учебной и научной литературой. Из опыта работы с книгой (текстом) следует определенная последовательность действий, которой целесообразно придерживаться. Сначала прочитать весь текст в быстром темпе. Цель такого чтения заключается в том, чтобы создать общее представление об изучаемом (не запоминать, а понять общий смысл прочитанного). Затем прочитать вторично, более медленно, чтобы в ходе чтения понять и запомнить смысл каждой фразы, каждого положения и вопроса в целом.

Чтение приносит пользу и становится продуктивным, когда сопровождается записями. Это может быть составление плана прочитанного текста, тезисы или выписки, конспектирование и др. Выбор вида записи зависит от характера изучаемого материала и целей работы с ним. Если содержание материала несложное, легко усваиваемое, можно ограничиться составлением плана. Если материал содержит новую и трудно усваиваемую информацию, целесообразно его законспектировать.

Результаты конспектирования могут быть представлены в различных формах:

- **План** – это схема прочитанного материала, краткий (или подробный) перечень вопросов, отражающих структуру и последовательность материала. Подробно составленный план вполне заменяет конспект.

- **Конспект** – это систематизированное, логичное изложение материала источника. Различаются четыре типа конспектов.

- **План-конспект** – это развернутый детализированный план, в котором достаточно подробные записи приводятся по тем пунктам плана, которые нуждаются в пояснении.

- **Текстуальный конспект** – это воспроизведение наиболее важных положений и фактов источника.

- **Свободный конспект** – это четко и кратко сформулированные (изложенные) основные положения в результате глубокого осмысливания материала. В нем могут присутствовать выписки, цитаты, тезисы; часть материала может быть представлена планом.

- **Тематический конспект** – составляется на основе изучения ряда источников и дает более или менее исчерпывающий ответ по какой-то схеме (вопросу).

В процессе изучения материала источника, составления конспекта нужно обязательно применять различные выделения, подзаголовки, создавая блочную структуру конспекта. Это делает конспект легко воспринимаемым, удобным для работы.

Подготовка к практическому занятию включает 2 этапа:

Первый этап – организационный;

Второй этап - закрепление и углубление теоретических знаний.

На первом этапе студент планирует свою самостоятельную работу, которая включает:

- уяснение задания на самостоятельную работу;
- подбор рекомендованной литературы;
- составление плана работы, в котором определяются основные пункты предстоящей подготовки.

Составление плана дисциплинирует и повышает организованность в работе.



Второй этап включает непосредственную подготовку студента к занятию. Начинать надо с изучения рекомендованной литературы. Необходимо помнить, что на лекции обычно рассматривается не весь материал, а только его часть. Остальная его часть восполняется в процессе самостоятельной работы. В связи с этим работа с рекомендованной литературой обязательна. Особое внимание при этом необходимо обратить на содержание основных положений и выводов, объяснение явлений и фактов, уяснение практического приложения рассматриваемых теоретических вопросов. В процессе этой работы студент должен стремиться понять и запомнить основные положения рассматриваемого материала, примеры, поясняющие его, а также разобраться в иллюстративном материале.

Заканчивать подготовку следует составлением плана (конспекта) по изучаемому материалу (вопросу). Это позволяет составить концентрированное, сжатое представление по изучаемым вопросам.

В процессе подготовки к занятиям рекомендуется взаимное обсуждение материала, во время которого закрепляются знания, а также приобретается практика в изложении и разъяснении полученных знаний, развивается речь.

При необходимости следует обращаться за консультацией к преподавателю. Идя на консультацию, необходимо хорошо продумать вопросы, которые требуют разъяснения.

### ***Методические рекомендации для обучающихся с ОВЗ и инвалидов по освоению дисциплины***

Обучающиеся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья имеют возможность изучать дисциплину по индивидуальному плану, согласованному с преподавателем и деканатом.

Освоение дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с использованием средств обучения общего и специального назначения.

При освоении дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья по индивидуальному плану предполагаются: изучение дисциплины с использованием информационных средств; индивидуальные консультации с преподавателем (разъяснение учебного материала и углубленное изучение материала), индивидуальная самостоятельная работа.

В процессе обучения студентам из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья информация предоставляется в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

*Для лиц с нарушениями зрения:*

- в печатной форме увеличенным шрифтом,
- в форме электронного документа (с возможностью увеличения шрифта).

В случае необходимости информация может быть представлена в форме аудиофайла.

*Для лиц с нарушениями слуха:*

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

*Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:*

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

Индивидуальные консультации с преподавателем проводятся по отдельному расписанию, утвержденному заведующим кафедрой (в соответствии с индивидуальным графиком занятий обучающегося).

Индивидуальная самостоятельная работа обучающихся проводится в соответствии с рабочей программой дисциплины и индивидуальным графиком занятий.

Текущий контроль по дисциплине осуществляется в соответствии с фондом оценочных средств, в формах адаптированных к ограничениям здоровья и восприятия информации обучающихся.

Автономная некоммерческая организация высшего образования  
**«ИНСТИТУТ БИЗНЕСА И ДИЗАЙНА»**

Факультет управления бизнесом

**Фонд оценочных средств**

Текущего контроля и промежуточной аттестации  
по дисциплине (модулю)

**Б1.В.14 ЛИЧНЫЙ БРЕНДИНГ**

**Для направления подготовки:**

38.03.02 Менеджмент  
(уровень бакалавриата)

**Типы задач профессиональной деятельности:**

*организационно-управленческий; информационно-аналитический*

**Направленность (профиль):**

«Бренд-менеджмент»

**Форма обучения:**

очная, очно-заочная

**Москва – 2022**

### *Результаты обучения по дисциплине*

<b>Код и наименование компетенции</b>	<b>Индикаторы достижения компетенции</b>	<b>Результаты обучения</b>
<b>ПК-4</b> Способен разрабатывать, внедрять и совершенствовать систему маркетинговых коммуникаций в организации	<b>ПК-4.1.</b> Разрабатывает систему маркетинговых коммуникаций в организации	<b>Знает:</b> инструментарий разработки системы маркетинговых коммуникаций в организации <b>Умеет:</b> разрабатывать систему маркетинговых коммуникаций в организации <b>Владеет:</b> навыком разработки системы маркетинговых коммуникаций в организации
	<b>ПК-4.2.</b> Определяет каналы коммуникации с потребителями товаров и услуг	<b>Знает:</b> технологию определения каналов коммуникации с потребителями товаров и услуг <b>Умеет:</b> определять каналы коммуникации с потребителями товаров и услуг <b>Владеет:</b> способностью определять каналы коммуникации с потребителями товаров и услуг

### *Показатели оценивания результатов обучения*

Шкала оценивания			
неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично
<b>Не знает:</b> инструментарий разработки системы маркетинговых коммуникаций в организации <b>Не умеет:</b> разрабатывать систему маркетинговых коммуникаций в организации <b>Не владеет:</b> навыком разработки системы маркетинговых коммуникаций в организации	<b>В целом знает:</b> инструментарий разработки системы маркетинговых коммуникаций в организации, но допускает грубые ошибки <b>В целом умеет:</b> разрабатывать систему маркетинговых коммуникаций в организации, но часто испытывает затруднения <b>В целом владеет:</b> навыком разработки системы маркетинговых коммуникаций в организации, но часто испытывает затруднения	<b>Знает:</b> инструментарий разработки системы маркетинговых коммуникаций в организации, но иногда допускает ошибки <b>Умеет:</b> разрабатывать систему маркетинговых коммуникаций в организации, но иногда испытывает затруднения <b>Владеет:</b> навыком разработки системы маркетинговых коммуникаций в организации, но иногда испытывает затруднения	<b>Знает:</b> инструментарий разработки системы маркетинговых коммуникаций в организации <b>Умеет:</b> разрабатывать систему маркетинговых коммуникаций в организации <b>Владеет:</b> навыком разработки системы маркетинговых коммуникаций в организации
<b>Не знает:</b> технологию определения каналов коммуникации с	<b>В целом знает:</b> технологию определения каналов коммуникации с	<b>Знает:</b> технологию определения каналов коммуникации с	<b>Знает:</b> технологию определения каналов коммуникации с потребителями товаров

<p>потребителями товаров и услуг <b>Не умеет:</b> определять каналы коммуникации с потребителями товаров и услуг <b>Не владеет:</b> способностью определять каналы коммуникации с потребителями товаров и услуг</p>	<p>потребителями товаров и услуг, но допускает грубые ошибки <b>В целом умеет:</b> определять каналы коммуникации с потребителями товаров и услуг, но часто испытывает затруднения <b>В целом владеет:</b> способностью определять каналы коммуникации с потребителями товаров и услуг, но часто испытывает затруднения</p>	<p>потребителями товаров и услуг, но иногда допускает ошибки <b>Умеет:</b> определять каналы коммуникации с потребителями товаров и услуг, но иногда испытывает затруднения <b>Владеет:</b> способностью определять каналы коммуникации с потребителями товаров и услуг, но иногда испытывает затруднения</p>	<p>и услуг <b>Умеет:</b> определять каналы коммуникации с потребителями товаров и услуг <b>Владеет:</b> способностью определять каналы коммуникации с потребителями товаров и услуг</p>
---	---	---	---

### *Оценочные средства*

#### **Задания для текущего контроля**

##### **Пример творческих заданий:**

1. Составить коллаж «Мой фирменный стиль», используя картинки текстур, шрифтов, цветов и другие изображения (размер 1920x1080 px).
2. Заполнить бриф. Придумать название для личного бренда.
3. Разработать логотип:
  - проработать 5 приемов логотипов;
  - выбрать 1 и доработать.
4. Продумать фирменный цвета, шрифты, нарисовать фирменные элементы.
5. Сверстать фирменную визитку размер 90x50 мм.
6. Сверстать фирменный бланк формат А4.
7. Расположить все фирменные элементы на носителях.
8. Продумать аватарку, обложки, иконки и стиль постов. Снять видео-ролики о своей работе.
9. Придумать макет главной страницы сайта.
10. Сверстать презентацию в своем фирменном стиле, используя портфолио и резюме.

Оценка творческих заданий производится по шкале «зачтено» / «не зачтено».

#### **Промежуточная аттестация**

##### **Примерные вопросы к зачёту с оценкой:**

1. Что такое личный бренд.
2. Что такое фирменный стиль.
3. Элементы фирменного стиля.
4. Носители фирменного стиля.
5. Что такое айдентика.
6. Отличие айдентики и фирменного стиля.
7. Что такое бриф и для чего он нужен.
8. Для чего нужны референсы.

9. Какие есть приемы создания логотипа.  
 10. Для чего нужен единый фирменный стиль.

### Критерии оценки при проведении промежуточной аттестации

4-балльная шкала (экзамен, зачет с оценкой)	Двух- балльная шкала (зачет)	Показатели	Критерии
Отлично	зачтено	1. Полнота ответов на вопросы и выполнения задания. 2. Аргументиро ванность выводов. 3. Умение перевести теоретически е знания в практическую плоскость.	глубокое знание теоретической части темы, умение проиллюстрировать изложенное примерами, полный ответ на вопросы
Хорошо			глубокое знание теоретических вопросов, ответы на вопросы преподавателя, но допущены незначительные ошибки
Удовлетворительно			знание структуры основного учебно-программного материала, основных положений теории при наличии существенных пробелов в деталях, затруднения при практическом применении теории, существенные ошибки при ответах на вопросы преподавателя
Неудовлетворительно	не зачтено		существенные пробелы в знаниях основных положений теории, не владение терминологией, основными методиками, не способность формулировать свои мысли, применять на практике теоретические положения, отвечать на вопросы преподавателя

Разработчик (и): Толкачев Андрей Николаевич, кандидат юридических наук, доцент  
кафедры менеджмента и маркетинга АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна».

ФОС для проведения промежуточной аттестации одобрен на заседании кафедры  
менеджмента и маркетинга (протокол № 8 от 04.03.2022 г.).