

**Индивидуальный предприниматель  
Бусурина Софья Геннадьевна**

Утверждаю

Индивидуальный предприниматель

Бусурина Софья Геннадьевна

/  /

Приказ от 06.06.2025

**Дополнительная общеобразовательная программа –  
дополнительная общеразвивающая программа  
«Личный бренд»**

Санкт-Петербург,

2025

## СОДЕРЖАНИЕ

1. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА .....	3
1.1. Направленность программы .....	3
1.2. Нормативная база .....	3
1.3. Актуальность программы .....	4
1.4. Адресат программы .....	5
1.5. Объём и срок освоения программы .....	5
1.6. Форма обучения .....	5
1.7. Режим занятий .....	5
1.8. Формы аттестации .....	5
2. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ПРОГРАММЫ .....	7
2.1. Цель .....	7
2.2. Задачи .....	7
3. СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ .....	8
3.1. Учебный план .....	8
3.2. Рабочие программы модулей .....	9
3.3. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации .....	13
3.4. Календарный учебный график .....	14
4. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ .....	15
5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ .....	16
5.1. Материально-техническое обеспечение .....	16
5.2. Кадровое обеспечение .....	18
5.3. Методические материалы .....	19
6. ЛИТЕРАТУРА .....	21

# **1. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА**

## **1.1. Направленность программы**

Дополнительная общеобразовательная общеразвивающая программа «Личный бренд» (далее Программа) имеет социально-гуманитарную направленность, и ориентирована на формирование знаний и индивидуальных навыков, необходимых для формирования личного бренда и ведения социальных сетей.

Программа регламентирует цели, ожидаемые результаты, содержание, условия и технологии реализации образовательного процесса, оценку качества подготовки по данному направлению подготовки и профилю и включает в себя: учебный план; рабочая программа учебной дисциплины и другие материалы, обеспечивающие качество подготовки обучающихся, а также календарный учебный график и методические и оценочные материалы, обеспечивающие реализацию соответствующей образовательной технологии.

## **1.2. Нормативная база**

Программа разработана в соответствии с требованиями:

- Федерального закона РФ от 29 декабря 2012 № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;
- Постановления Правительства РФ от 11.10.2023 г. № 1678 «Об утверждении Правил применения организациями, осуществляющими образовательную деятельность, электронного обучения, дистанционных образовательных технологий при реализации образовательных программ»;
- Приказа Министерства просвещения Российской Федерации от 27.07.2022 № 629 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным общеобразовательным программам»;
- Приказа Минтруда России от 22.09.2021 № 652н «Об утверждении

профессионального стандарта «Педагог дополнительного образования детей и взрослых»;

- Приказа Министерства здравоохранения и социального развития Российской Федерации от 26.08.2010 № 761н «Единый квалификационный справочник должностей руководителей, специалистов и служащих. Раздел «Квалификационные характеристики должностей работников образования».

### **1.3. Актуальность программы**

В современном мире информационного шума, личный бренд помогает выделиться. Чтобы привлечь внимание, человек должен быть уникальным. Личный бренд помогает определить, что делает человека особенными, и позволяет эту уникальность передать другим.

Сильный личный бренд может открыть двери в новые возможности. Работодатели и клиенты часто ищут людей, которые являются авторитетами в своей области. Если человек может доказать, что он эксперт, то в большей степени он привлекателен для них.

Люди доверяют брендам, которые они знают и ценят. Когда строится личный бренд, также строится и доверие. Аудитория знает, что ожидать от человека, и они доверяют ему, потому что он показывает себя consistently и прозрачно.

Создание личного бренда позволяет контролировать образ и репутацию. В современном цифровом мире информация о человеке может быть доступна в интернете, независимо от того, управляет человек ею или нет. Создание и поддержание личного бренда позволяет контролировать, какую информацию видят другие, и как они воспринимают его.

Личный бренд помогает увеличить свою видимость в интернете и за его пределами. Чем больше человек делится своими знаниями и идеями, тем больше

людей узнают о нем. Это может привести к новым возможностям, включая партнерства, сотрудничество и даже новые источники дохода.

#### **1.4. Адресат программы**

Программа рассчитана на неограниченный круг обучающихся старше 18 лет.

Обучение проводится только на основе добровольности и при явной заинтересованности к теме программы.

#### **1.5. Объём и срок освоения программы**

Объем программы – 22 часа.

Срок освоения программы – 1 месяц.

1 академический час = 45 минут.

#### **1.6. Форма обучения**

Программе реализуется в заочной форме с применением исключительно электронного обучения и дистанционных образовательных технологий.

#### **1.7. Режим занятий**

Программа проходит 3 дня в неделю по 2 часа в день.

#### **1.8. Формы аттестации**

Текущий контроль результатов обучающихся происходит по итогам выполнения обучающимся самостоятельной работы после прохождения каждого занятия в письменной или устной форме.

Для оценки обучающимся своих навыков и возможности корректировки в процессе обучения, обучающемуся предоставляются материалы для практических заданий.

Промежуточная оценка результатов – зачет в виде тестирования.

Итоговая аттестация не предусмотрена.

## **2. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ПРОГРАММЫ**

### **2.1. Цель**

Целью программы является формирование знаний и индивидуальных навыков, необходимых для развития личного бренда и ведения социальных сетей.

### **2.2. Задачи**

Для достижения цели в программе ставятся следующие задачи:

- формирование и развитие личного бренда;
- развитие у обучающихся интереса к работе в социальных сетях;
- формирование самостоятельности и творческого подхода к решению задач, связанных с соц. сетями и рекламой;
- воспитание упорства в достижении результата;
- расширение кругозора обучающихся в области личного бренда и социальных сетей.

### 3. СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ

#### 3.1. Учебный план

Содержание	Всего, час	Аудиторная работа	Самостоя- тельная работа	Форма промежуточной аттестации
1. Анализ и Аудит текущего состояния	2	1	1	
2. Я – концепция. Распаковка личности и экспертности	4	2	2	
3. Ценности и компетенции человека бренда	2	1	1	
4. SWOT-анализ	2	1	1	
5. Конкурентный анализ	2	1	1	
6. Позиционирование	2	1	1	
7. Анализ целевой аудитории	2	1	1	
8. Упаковка себя. Ваш стиль и образ	2	1	1	
9. Голос и базовые настройки	2	1	1	
Промежуточная аттестация	2	1	1	зачет
<b>Итого</b>	<b>22</b>	<b>11</b>	<b>11</b>	

## **3.2. Рабочие программы модулей**

### **1. Анализ и Аудит текущего состояния**

#### Аудиторная работа

Подготовка себя к продвижению. Качественный и количественный аудит  
Постановка целей. Зачем вам личный бренд? Сбор ожиданий, чего хотят в результате курса.

Аудит “первого впечатления” всех ваших точек контакта

Пирамида Дилтса при построении Личного бренда

Структура бренда

#### Самостоятельная работа

Выполнение заданий. Работа с источниками из списка литературы.  
Изучение и повторение материалов лекции.

1. Заполнить аудит (файл прикреплен к уроку). Написать в ответ на домашнее задание результат аудита и свои инсайты.

2. Заполнить чек-лист “Первое впечатление” по всем точкам контакта (файл прикреплен к уроку). Написать в ответ на домашнее задание, какие ошибки вы нашли при проверке.

3. Прописать цель ведения блога

### **2. Я – концепция. Распаковка личности и экспертности**

#### Аудиторная работа

Определите свои ведущие потребности, получите инструмент расстановки приоритетов.

Через “Вопросы к себе” познакомитесь с собой.

Проанализируете и выявите свои устойчивые интересы, сильные стороны и сформируете свой вектор развития.

Найдете свой “икигай

#### Самостоятельная работа

Выполнение заданий. Работа с источниками из списка литературы.  
Изучение и повторение материалов лекции.

1. Заполните шаблон "Инструкция для самоопределения".
2. Пропишите ответы на вопросы к себе, согласно приложенному выше чек-листу.

### **3. Ценности и компетенции человека бренда**

#### Аудиторная работа

Составляем “Я -концепцию” вас, как бренда,  
Расписываем, что именно в дальнейшем вы будете транслировать аудитории.

#### Самостоятельная работа

Выполнение заданий. Работа с источниками из списка литературы.  
Изучение и повторение материалов лекции.

1. Заполните ШАБЛОН "Я-концепция" и прикрепите его к уроку.
2. Напишите в чат ваши инстайты после уроков по теме "Распаковка личности и экспертности"

### **4. SWOT-анализ**

#### Аудиторная работа

Что такое SWOT- анализ  
Как его применить к себе

#### Самостоятельная работа

Выполнение заданий. Работа с источниками из списка литературы.  
Изучение и повторение материалов лекции.

Напишите ответы на вопросы:

1. Сильные стороны.
2. Слабые стороны.

3. Возможности

4. Угрозы

## **5. Конкурентный анализ**

### Аудиторная работа

В этом уроке изучаем и анализируем конкурентов

К уроку приложены:

Конспект

Шаблон конкурентного анализа

### Самостоятельная работа

Выполнение заданий. Работа с источниками из списка литературы.  
Изучение и повторение материалов лекции.

## **6. Позиционирование**

### Аудиторная работа

«Позиционирование – это игра, в которую играют люди на современном, включающем и меня рынке». (с) Дж. Траут.

Каждый человек постоянно каким-то образом позиционирует себя среди других, осознанно или неосознанно.

Приложены документы:

Конспект урока

Формулы создания УЛТП

### Самостоятельная работа

Выполнение заданий. Работа с источниками из списка литературы.  
Изучение и повторение материалов лекции.

1. Ответьте на 6 вопросов в конспекте урока

2. Пропишите свое позиционирование таким образом, чтобы выбирали именно вас при сравнении с конкурентам.

## **7. Анализ целевой аудитории**

### Аудиторная работа

Целевая аудитория - это группа людей, которые могут быть потенциально заинтересованы в том, что вы предлагаете, объединенная общими признаками и имеющая общую проблему, которую решает ваш продукт

На этом уроке разбираем:

Классический подход к анализу Целевой аудитории: сегментация, ядро ЦА

Аватары клиентов

Подход Jobs to be Done

### Самостоятельная работа

Выполнение заданий. Работа с источниками из списка литературы.  
Изучение и повторение материалов лекции.

1. Определить сегменты целевой аудитории
2. Определить ядро ЦА
3. К каждому сегменту придумать по 2 аватара
4. Заполнить таблицу с сегментами ЦА, прописать характеристики аватаров

## **8. Упаковка себя. Ваш стиль и образ**

### Аудиторная работа

Стиль - как продолжение тебя. Как грамотно использовать мощнейший инструмент по достижению целей

### Самостоятельная работа

Выполнение заданий. Работа с источниками из списка литературы.  
Изучение и повторение материалов лекции.

## **9. Голос и базовые настройки**

### Аудиторная работа

Как вести себя онлайн, как хорошо выглядеть в кадре, куда смотреть

Как справиться со страхом, как не забывать слова, как удерживать внимание

Как общаться с аудиторией, которую вы не видите

### Самостоятельная работа

Выполнение заданий. Работа с источниками из списка литературы. Изучение и повторение материалов лекции.

## **Промежуточная аттестация**

Промежуточная аттестация проходит в форме зачета (тестирование).

Материалы для промежуточной аттестации размещены в п. 3.3, критерии оценки результатов тестирования размещены в п. 5.3.

### **3.3. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации**

**1. Чаще всего профессия - это абсолютное воплощение личного бренда**

- а) Да
- б) Нет

**2. Из чего складывается личный бренд?**

- а) Профессионализм
- б) Охват
- в) Репутация
- г) Все вместе

**3. Личный бренд - это то, что о вас говорят, когда вас нет в комнате**

- а) Да
- б) Нет

**4. Что важнее?**

- а) профессиональный имидж
- б) карьерные успехи
- в) **в равной степени**

**5. Подтверждением вашей экспертности могут быть?**

- а) Публикации в СМИ и профильных изданиях отзывы клиентов
- б) Кейсы
- в) Профильные награды
- г) **Все вместе**

**3.4. Календарный учебный график**

Форма обучения	График обучения		
	Ауд. часов в день	Дней в неделю	Общая продолжительность программы
заочная	2 часа	3	22 часа 1 месяц

#### **4. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ**

В ходе изучения Программы в основном формируются и получают развитие следующие результаты:

В результате реализации программы у обучающихся будут сформированы личностные, регулятивные, познавательные и коммуникативные универсальные учебные действия.

Обучающийся должен:

**Знать:**

- что такое личный бренд;
- для чего нужен личный бренд;
- составляющие личного бренда;
- принципы функционирования современных социальных медиа.

**Уметь:**

- выявлять сильные стороны своей личности;
- выстраивать стратегию развития бренда;
- реагировать на вопросы и комментарии участников сообществ в социальных медиа;

**Владеть навыками:**

- работы с людьми в социальных медиа.

## **5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ**

### **5.1. Материально-техническое обеспечение**

Аудиторные теоретические занятия и самостоятельная работа по материалам занятий – проводятся в заочной форме.

В проведении занятий используется материально-техническое обеспечение. Для обучения по программе используется современное оборудование – компьютер или ноутбук, подключенным к сети Интернет, звуковое и световое оборудование.

Для реализации программы с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий созданы условия для функционирования электронной информационно-образовательной среды, включающей в себя:

- электронные информационные ресурсы,
- электронные образовательные ресурсы,
- совокупность информационных технологий, телекоммуникационных технологий, соответствующих технологических средств.

Данная среда способствует освоению обучающимися программ в полном объеме независимо от места нахождения обучающихся.

Электронная информационно-образовательная среда обеспечивает возможность осуществлять следующие виды деятельности:

- планирование образовательного процесса,
- размещение и сохранение материалов образовательного процесса,
- фиксацию хода образовательного процесса и результатов освоения программы,
- контролируемый доступ участников образовательного процесса к информационным образовательным ресурсам в сети Интернет,
- проведение мониторинга успеваемости обучающихся.

При реализации Программы с применением дистанционных технологий, обучающийся организует свое рабочее место самостоятельно.

Программа содержит все необходимые материалы в электронном виде, в том числе ссылки на дополнительные материалы в сети интернет, размещенные как на образовательной платформе в личном кабинете обучающегося, так и на других сайтах в открытом доступе.

Для выполнения заданий обучающемуся бесплатно предоставляется аккаунт на образовательной платформе на всё время доступа к материалам.

В проведении лекционных и практических занятий могут использоваться следующие онлайн-источники:

GETCOURSE <https://getcourse.ru/> – автоматизированная система проведения обучения в интерактивном режиме (электронная информационно-образовательная среда).

Яндекс.Телемост <https://telemost.yandex.ru/> – платформа для создания и проведения видеоконференций, вебинаров, интерактивных досок, курсов, тестов и опросов.

Telegram <https://web.telegram.org/k/> – кроссплатформенная система мгновенного обмена сообщениями.

Обучающиеся могут использовать дополнительные Интернет-ресурсы, такие как:

- рекомендованные Интернет-ресурсы:
  - Российское образование. Федеральный портал- <http://www.edu.ru>
  - Федеральный институт педагогических измерений <http://www.fipi.ru>
  - Справочно-правовая система "Гарант" <https://www.garant.ru>
- электронные библиотеки – научная электронная библиотека eLIBRARY <https://elibrary.ru>. Для использования Интернет-ресурсов информационно-библиотечного комплекса необходима предварительная регистрация обучающегося. Рекомендованная образовательной программой литература доступна к изучению в свободном доступе после регистрации на сайте электронной библиотеки. Ссылки для доступа в электронные библиотеки размещаются в личном кабинете обучающегося в СДО в разделе «Электронная библиотека».

## 5.2. Кадровое обеспечение

Реализация программы обеспечивается квалифицированными кадрами, имеющими педагогическое образование или прошедшими обучение по дополнительной образовательной программе профессиональной переподготовки в области педагогики и имеющими опыт работы и/или прошедшими обучение по дополнительной образовательной программе профессиональной переподготовки в профессиональной области, соответствующей направленности образовательной программы, что соответствует требованиям Приказа Минтруда России от 22.09.2021 № 652н «Об утверждении профессионального стандарта «Педагог дополнительного образования детей и взрослых» и приказа Министерства здравоохранения и социального развития Российской Федерации от 26.08.2010 № 761н «Единый квалификационный справочник должностей руководителей, специалистов и служащих. Раздел «Квалификационные характеристики должностей работников образования».

Образовательный процесс осуществляется на основании учебного плана и регламентируется расписанием занятий.

Для реализации программы задействован следующий кадровый потенциал:

Преподаватели: педагоги дополнительного образования. Обеспечивается необходимый уровень компетенции преподавательского состава, включающий высшее или среднее профессиональное образование, дополнительное профессиональное обучение.

Административный персонал: обеспечивает условия для эффективной работы педагогического коллектива, осуществляет контроль, настройку технического обеспечения и текущую организационную работу.

### 5.3. Методические материалы

Программа содержит все необходимые материалы в электронном виде, в том числе ссылки на дополнительные материалы в сети интернет. Программа обеспечена учебно-методической литературой и материалами.

Изучать программу рекомендуется в соответствии с той последовательностью, которая обозначена в ее содержании.

На лекциях (теоретических занятиях) преподаватель озвучивает тему, знакомит с перечнем литературы по теме, обосновывает место и роль этой темы в данном модуле, раскрывает ее практическое значение.

Практические занятия по своему содержанию связаны с тематикой лекционных занятий. Начинать подготовку к занятию целесообразно с конспекта лекций. Задание на практическое занятие сообщается обучающимся до его проведения, преподаватель организует обсуждение темы, выступая в качестве организатора, консультанта и эксперта учебно-познавательной деятельности обучающегося.

Изучение программы включает самостоятельную работу обучающегося.

Основными видами самостоятельной работы обучающихся с участием преподавателей являются:

- текущие консультации;
- прием и разбор домашних заданий (в часы практических занятий).

Основными видами самостоятельной работы обучающихся без участия преподавателей являются:

- формирование и усвоение содержания конспекта лекций на базе рекомендованной лектором учебной литературы, включая информационные образовательные ресурсы (электронные учебники, электронные библиотеки и др.);
- самостоятельное изучение отдельных тем или вопросов по учебникам или учебным пособиям;

– выполнение домашних заданий в виде решения отдельных задач и индивидуальных работ по отдельным разделам содержания программы.

Промежуточная аттестация – это установление уровня достижения результатов освоения учебных модулей, предусмотренных образовательной программой.

Цель промежуточной аттестации – оценить работу обучающегося за определенный период, полученные им теоретические знания, развитие мышления, приобретение навыков самостоятельной работы, умение синтезировать полученные знания и применять их к решению практических задач.

Промежуточная аттестация проводится в форме зачета в виде тестирования с выставлением каждому обучающемуся результата «зачет/незачет». Обучающийся получает оценку «зачтено», если ответит правильно не менее чем на 70 % вопросов.

## 6. ЛИТЕРАТУРА

1. Баканова В.В. Личный бренд: онлайн-технологии продвижения личного бренда. В сборнике: Медиафера: тенденции и перспективы развития. материалы IV научно-практической конференции. 2017. С. 85-87. <https://elibrary.ru/item.asp?id=30421806>
2. Зиновьева Н.А., Абрамов В.Е. Личный бренд в социальных сетях. The Scientific Heritage. 2021. № 76-3 (76). С. 62-64. <https://elibrary.ru/item.asp?id=46714348>
3. Питерова А.Ю., Медведева А.А. Продвижение личного бренда в социальных сетях. Наука. Общество. Государство. 2018. Т. 6. № 4 (24). С. 186-192. <https://elibrary.ru/item.asp?id=37030598>
4. Погоревич А.В., Выдрыч Н.В., Кошелев А.С. Специфика SMM-продвижения личного бренда в креативных индустриях на примере личного бренда. Kant. 2024. № 4 (53). С. 113-127. <https://elibrary.ru/item.asp?id=79566609>
5. Полоусова Д.Д., Васильченко А.В. Развитие и продвижение личного бренда. В сборнике: Социальные и гуманитарные науки в условиях вызовов современности. Материалы III Всероссийской научно-практической конференции молодых учёных с международным участием. В 2-х частях. Комсомольск-на-Амуре, 2025. С. 52-54. <https://elibrary.ru/item.asp?id=82354619>