

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Сыров Игорь Анатольевич
Должность: Директор
Дата подписания: 30.10.2023 12:29:47
Уникальный программный ключ:
b683afe664d7e9f64175886cf9626a196149ad36

СТЕРЛИТАМАКСКИЙ ФИЛИАЛ
ФЕДЕРАЛЬНОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО БЮДЖЕТНОГО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО
УЧРЕЖДЕНИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«УФИМСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ НАУКИ И ТЕХНОЛОГИЙ»

Факультет
Кафедра

Экономический
Экономики и управления

Аннотация рабочей программы дисциплины (модуля)

дисциплина

Б1.В.ДВ.05.01 Персональный менеджмент

часть, формируемая участниками образовательных отношений

Направление

44.03.05
код

Педагогическое образование (с двумя профилями подготовки)
наименование направления

Программа

Экономика. Управление в сфере образования

Форма обучения

Очная

Для поступивших на обучение в
2023 г.

Стерлитамак 2023

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с установленными в образовательной программе индикаторами достижения компетенций

| Формируемая компетенция (с указанием кода) | Код и наименование индикатора достижения компетенции | Результаты обучения по дисциплине (модулю) |
|--|--|--|
| ПК-4. Способен осуществлять планирование и контроль выполнения показателей по труду | ПК-4.1. Знает необходимые основы для осуществления планирования и контроля выполнения показателей по труду | Обучающийся должен: формулировать правовые нормы и методологические основы принятия управленческого решения для осуществления планирования и контроля выполнения показателей по труду |
| | ПК-4.2. Умеет анализировать альтернативные варианты решений для достижения намеченных результатов; разрабатывать план, определять целевые этапы и основные направления работ при планировании и контроле выполнения показателей по труду | Обучающийся должен: анализировать альтернативные варианты решений для достижения намеченных результатов; разрабатывать план, определять целевые этапы и основные направления работ при планировании и контроле выполнения показателей по труду |
| | ПК-4.3. Владеет методиками разработки цели и задач; оценки затрат и потребности в ресурсах при планировании и контроле выполнения показателей по труду | Обучающийся должен: применять приемы разработки цели и задач; способы оценки результативности, а также потребности в ресурсах при планировании и контроле выполнения показателей по труду |
| ПК-3. Способен осуществлять руководство выполнением типовых задач тактического планирования производства | ПК-3.1. Знает необходимые для осуществления профессиональной деятельности правовые нормы и методологические основы принятия управленческого решения при выполнении типовых задач тактического | Обучающийся должен: формулировать правовые нормы и методологические основы принятия управленческого решения при выполнении типовых задач тактического |

| | | |
|--|--|--|
| | планирования производства | планирования производства |
| | ПК-3.2. Умеет анализировать альтернативные варианты решений для достижения намеченных результатов; разрабатывать план, определять целевые этапы и основные направления работ при выполнении типовых задач тактического планирования производства | Обучающийся должен: анализировать альтернативные варианты решений для достижения намеченных результатов; разрабатывать план, определять целевые этапы и основные направления работ при выполнении типовых задач тактического планирования производства |
| | ПК-3.3. Владеет методиками разработки цели и задач проекта; оценки продолжительности и затрат проекта, а также потребности в ресурсах при выполнении типовых задач тактического планирования производства | Обучающийся должен: применять приемы разработки цели и задач проекта; способы оценки результативности проекта, а также потребности в ресурсах при выполнении типовых задач тактического планирования производства |

2. Цели и место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Цели изучения дисциплины:

Дисциплина направлена на формирование личной эффективности и умения самопродвижения.

Дисциплина изучается на 5 курсе в 10 семестре

3. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических или астрономических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Общая трудоемкость (объем) дисциплины составляет 3 зач. ед., 108 акад. ч.

| Объем дисциплины | Всего часов |
|------------------|-------------|
|------------------|-------------|

| | |
|--|-----------------------------|
| | Очная форма обучения |
| Общая трудоемкость дисциплины | 108 |
| Учебных часов на контактную работу с преподавателем: | |
| лекций | 16 |
| практических (семинарских) | 32 |
| другие формы контактной работы (ФКР) | 0,2 |
| Учебных часов на контроль (включая часы подготовки): | |
| зачет | |
| Учебных часов на самостоятельную работу обучающихся (СР) | 59,8 |

| | |
|-----------------------|-----------------|
| Формы контроля | Семестры |
| зачет | 10 |

4. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

4.1. Разделы дисциплины и трудоемкость по видам учебных занятий (в академических часах)

| № п/п | Наименование раздела / темы дисциплины | Виды учебных занятий, включая самостоятельную работу обучающихся и трудоемкость (в часах) | | | |
|----------|--|---|-----------|----------|-------------|
| | | Контактная работа с преподавателем | | | СР |
| | | Лек | Пр/Сем | Лаб | |
| 1 | Персональный менеджмент как социально-психологический феномен | 8 | 12 | 0 | 15 |
| 1.1 | Введение в персональный брендинг | 2 | 0 | 0 | 0 |
| 1.2 | Модели и типы персональных брендов | 2 | 6 | 0 | 5 |
| 1.3 | Цели и задачи раскрутки имиджа | 4 | 6 | 0 | 10 |
| 2 | Способы повышения личной привлекательности на рынке труда | 8 | 20 | 0 | 44,8 |
| 2.1 | Методология и методы разработки личного бренда | 0 | 4 | 0 | 4,8 |
| 2.2 | Анализ персонального бренда | 4 | 6 | 0 | 20 |
| 2.3 | Нетворкинг и деловые коммуникации | 4 | 10 | 0 | 20 |
| | Итого | 16 | 32 | 0 | 59,8 |

4.2. Содержание дисциплины, структурированное по разделам (темам)

Курс лекционных занятий

| № | Наименование раздела / темы дисциплины | Содержание |
|----------|--|--|
| 1 | Персональный менеджмент как социально-психологический феномен | |
| 1.1 | Введение в | Понятие персонального брендинга. Кому нужен личный |

| | | |
|----------|--|---|
| | персональный брендинг | бренд. |
| 1.2 | Модели и типы персональных брендов | Понятие бренда. Подходы к разработке бренда в трудах Ф. Котлера, Д. Огилви, Д. Аакера, Е.П. Голубковой. Бренды в политике, шоу-бизнесе. |
| 1.3 | Цели и задачи раскрутки имиджа | Принципы постановки целей в персональном менеджменте. Лидерство в профессиональной группе. Этапы разработки личного бренда. Понятие имиджа. Имиджология. Виды имиджа. Методы формирования имиджа. Технологии имиджа. «Лицо компании». |
| 2 | Способы повышения личной привлекательности на рынке труда | |
| 2.2 | Анализ персонального бренда | Социальная информация для бренд-менеджмента. Сущность понятия «профессионализм». Критерии профессионализма. Уровни, этапы и ступени профессионализма. |
| 2.3 | Нетворкинг и деловые коммуникации | Понятие нетворкинга. Способы эффективной деловой коммуникации |

Курс практических/семинарских занятий

| № | Наименование раздела / темы дисциплины | Содержание |
|----------|--|--|
| 1 | Персональный менеджмент как социально-психологический феномен | |
| 1.2 | Модели и типы персональных брендов | 1. Понятие бренда. 2. Подходы к разработке бренда в трудах Ф. Котлера, Д. Огилви, Д. Аакера, Е.П. Голубковой. 3. Бренды в политике, шоу-бизнесе. |
| 1.3 | Цели и задачи раскрутки имиджа | 1. Принципы постановки целей в персональном брендинге. 2. Лидерство в профессиональной группе. 3. Этапы разработки личного бренда. 4. Понятие имиджа. 5. Имиджология. 6. Виды имиджа. 7. Методы формирования имиджа. 8. Технологии имиджа. 9. «Лицо компании». |
| 2 | Способы повышения личной привлекательности на рынке труда | |
| 2.1 | Методология и методы разработки личного бренда | 1. Планирование эффективных бренд-коммуникаций. 2. Цели маркетинга и бюджет. 3. Поведенческие цели. 4. Позиционирование. 5. Создание персонального бренда в СМИ. |
| 2.2 | Анализ персонального бренда | 1. Социальная информация для бренд-менеджмента. 2. Сущность понятия «профессионализм». 3. Критерии профессионализма. 4. Уровни, этапы и ступени профессионализма. |

| | | |
|-----|-----------------------------------|---|
| | | |
| 2.3 | Нетворкинг и деловые коммуникации | <ol style="list-style-type: none">1. Управление совещаниями.2. Делегирование.3. Ведение деловой корреспонденции.4. Деловое общение по телефону.5. Порядок на рабочем столе.6. Понятие нетворкинга. |