Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования

Пермский национальный исследовательский политехнический университет

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по образовательной деятельности
_____ И.Ю.Черникова
« 21 » ноября 20 26 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина: Формирование личного бренда экскурсовода
(наименование)

Форма обучения: очная
(очная/очно-заочная/заочная)

Уровень высшего образования: бакалавриат
(бакалавриат/специалитет/магистратура)

Общая трудоёмкость: 72 (2)
(часы (ЗЕ))

Направление подготовки: 43.03.02 Туризм
(код и наименование направления)

Направленность: Прикладной инжиниринг в международной инудстрии туризма
(наименование образовательной программы)

Пермь 2026

1. Общие положения

1.1. Цели и задачи дисциплины

Цель: Формирование у обучающихся практических навыков создания, продвижения и управления личным брендом экскурсовода как инструментом повышения клиентоориентированности и конкурентоспособности туристских услуг.

Задачи:
Изучить теоретические основы и структуру личного бренда.
Освоить методы анализа целевой аудитории и ее ожиданий.
Сформировать умения разрабатывать концепцию и создавать контент для личного бренда.
Отработать навыки продвижения бренда в цифровых каналах и оценки его эффективности.

1.2. Изучаемые объекты дисциплины

личный бренд экскурсовода (структура, ценности, УТП); профессиональный имидж и репутация; визуальная идентичность; целевая аудитория и ее ожидания; процессы создания контента и продвижения в цифровых каналах; инструменты оценки эффективности личного бренда и удовлетворенности клиентов.

1.3. Входные требования

Не предусмотрены

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине

Компетенция	Индекс индикатора	Планируемые результаты обучения по дисциплине (знать, уметь, владеть)	Индикатор достижения компетенции, с которым соотнесены планируемые результаты обучения	Средства оценки
ПК-1.1	ИД-1ПК-1.1	Знать понятие личного бренда и его роль в клиентоориентированном обслуживании; методы изучения ожиданий целевой аудитории; современные инструменты и цифровые каналы продвижения личного бренда экскурсовода.	Знает понятие и виды клиентоориентированных технологий туристского обслуживания; методы изучения потребностей и ожиданий потребителей туристских услуг; критерии оценки качества и эффективности клиентоориентированных технологий; современные тенденции и инструменты повышения клиентоориентированности в туризме	Зачет

Компетенция	Индекс индикатора	Планируемые результаты обучения по дисциплине (знать, уметь, владеть)	Индикатор достижения компетенции, с которым соотнесены планируемые результаты обучения	Средства оценки
ПК-1.1	ИД-2ПК-1.1	Уметь анализировать ожидания и запросы туристов для формирования личного бренда; разрабатывать концепцию личного бренда экскурсовода с учетом клиентоориентированности; оценивать эффективность предложенных решений.	Умеет анализировать существующие технологии туристского обслуживания и выявлять их недостатки с точки зрения клиентоориентированности; изучать запросы и ожидания потребителей; разрабатывать и обосновывать предложения по совершенствованию клиентоориентированных технологий; оценивать ожидаемую эффективность предлагаемых решений	Собеседование
ПК-1.1	ИД-3ПК-1.1	Владеть навыками создания контента для личного бренда (тексты, фото, видео); инструментами продвижения в цифровых каналах; методами оценки удовлетворенности клиентов от коммуникации с экскурсоводом.	Владеет навыками анализа клиентоориентированных технологий туристского обслуживания; методами разработки и обоснования предложений по их совершенствованию; инструментами оценки эффективности предложенных решений с точки зрения удовлетворённости потребителей	Отчёт по практическому занятию

3. Объем и виды учебной работы

Вид учебной работы	Всего часов	Распределение по семестрам в часах
		Номер семестра
		4
1. Проведение учебных занятий (включая проведение текущего контроля успеваемости) в форме: 1.1. Контактная аудиторная работа, из них:	36	36
- лекции (Л)		
- лабораторные работы (ЛР)		
- практические занятия, семинары и (или) другие виды занятий семинарского типа (ПЗ)	32	32
- контроль самостоятельной работы (КСР)	4	4
- контрольная работа		
1.2. Самостоятельная работа студентов (СРС)	36	36
2. Промежуточная аттестация		
Экзамен		
Дифференцированный зачет		
Зачет	9	9
Курсовой проект (КП)		
Курсовая работа (КР)		
Общая трудоемкость дисциплины	72	72

4. Содержание дисциплины

Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием	Объем аудиторных занятий по видам в часах			Объем внеаудиторных занятий по видам в часах
	Л	ЛР	ПЗ	СРС
4-й семестр				
Теоретические основы личного бренда	0	0	8	8
Понятие, сущность и структура личного бренда. Роль личного бренда в деятельности экскурсовода. Отличия личного бренда от репутации.				
Анализ целевой аудитории и позиционирование	0	0	8	10
Методы изучения потребностей и ожиданий туристов. Сегментация аудитории. Определение уникального торгового предложения (УТП) и позиционирование экскурсовода.				
Создание контента и визуального образа	0	0	8	10
Разработка контент-стратегии. Создание текстов (биография, описание экскурсий), фото- и видеоконтента. Визуальная айдентика (стиль, цвета, атрибуты).				

Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием	Объем аудиторных занятий по видам в часах			Объем внеаудиторных занятий по видам в часах
	Л	ЛР	ПЗ	СРС
Продвижение бренда и оценка эффективности	0	0	8	8
Каналы продвижения (социальные сети, профессиональные платформы, офлайн-мероприятия). Инструменты оценки эффективности бренда и удовлетворенности клиентов.				
ИТОГО по 4-му семестру	0	0	32	36
ИТОГО по дисциплине	0	0	32	36

Тематика примерных практических занятий

№ п.п.	Наименование темы практического (семинарского) занятия
1	Анализ успешных примеров личных брендов в туризме
2	Определение ценностей и миссии экскурсовода
3	Анализ целевой аудитории (портрет клиента)
4	Разработка уникального торгового предложения (УТП)
5	Создание структуры личного бренда
6	Написание самопрезентации (биографии) для профессионального портфолио
7	Создание контент-плана для социальных сетей
8	Написание текстов для публикаций (посты, описания экскурсий)
9	Разработка визуального образа (подбор стиля, фото)
10	Создание видеовизитки экскурсовода (сценарий)
11	Работа с отзывами и репутацией в цифровых каналах
12	Продвижение личного бренда через профессиональные сообщества
13	Оценка эффективности личного бренда (метрики вовлеченности)
14	Презентация разработанных концепций личного бренда
15	Анализ ошибок и корректировка концепций
16	Защита портфолио и концепций личного бренда

5. Организационно-педагогические условия

5.1. Образовательные технологии, используемые для формирования компетенций

Практические занятия проводятся на основе реализации метода обучения действием: определяются проблемные области, формируются группы. При проведении практических занятий преследуются следующие цели: применение знаний отдельных дисциплин и креативных методов для решения проблем и приятия решений; отработка у обучающихся навыков командной работы, межличностных коммуникаций и развитие лидерских качеств; закрепление основ теоретических знаний.

При проведении учебных занятий используются интерактивные лекции, групповые дискуссии, ролевые игры, тренинги и анализ ситуаций и имитационных моделей.

5.2. Методические указания для обучающихся по изучению дисциплины

При изучении дисциплины обучающимся целесообразно выполнять следующие рекомендации:

1. Изучение учебной дисциплины должно вестись систематически.
2. После изучения какого-либо раздела по учебнику или конспектным материалам рекомендуется по памяти воспроизвести основные термины, определения, понятия раздела.
3. Особое внимание следует уделить выполнению отчетов по практическим занятиям и индивидуальным комплексным заданиям на самостоятельную работу.
4. Вся тематика вопросов, изучаемых самостоятельно, задается преподавателем. Им же даются источники (в первую очередь вновь изданные в периодической научной литературе) для более детального понимания вопросов.

6. Перечень учебно-методического и информационного обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

6.1. Печатная учебно-методическая литература

№ п/п	Библиографическое описание (автор, заглавие, вид издания, место, издательство, год издания, количество страниц)	Количество экземпляров в библиотеке
1. Основная литература		
1	Кузьмина О. Г. Бренд-менеджмент : учебное пособие. Москва : РИОР : ИНФРА-М, 2022. 175 с. 11,0 усл. печ. л.	2
2	Скобельцына А. С., Шарухин А. П. Технологии и организация экскурсионных услуг : учебное пособие для вузов. Москва : Академия, 2010. 188 с.	1
2. Дополнительная литература		
2.1. Учебные и научные издания		
1	Музыкант В. Л. Брендинг. Управление брендом : учебное пособие. Москва : РИОР : ИНФРА-М, 2020. 315 с. 20,0 усл. печ. л.	3
2.2. Периодические издания		
	Не используется	
2.3. Нормативно-технические издания		
	Не используется	
3. Методические указания для студентов по освоению дисциплины		
	Не используется	

4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студента		
	Не используется	

6.2. Электронная учебно-методическая литература

Вид литературы	Наименование разработки	Ссылка на информационный ресурс	Доступность (сеть Интернет / локальная сеть; авторизованный / свободный доступ)
Дополнительная литература	Кузьмина О. Г. Бренд-менеджмент : учебное пособие. Москва : РИОР : ИНФРА-М, 2022. 175 с. 11,0 усл. печ. л.	https://elib.pstu.ru/Record/RUPSTUbooks269058	сеть Интернет; авторизованный доступ
Дополнительная литература	Продвижение брендов в цифровой среде : учебное пособие / Козлов А. В., Мрочко Л. В., Жук А. А., Спиридонова Г. В. Москва : Проспект, 2024. 120 с. 7,5 усл. печ. л.	https://elib.pstu.ru/Record/RUPSTUbooks273593	сеть Интернет; авторизованный доступ

6.3. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, используемое при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

Вид ПО	Наименование ПО
Операционные системы	Windows 10 (подп. Azure Dev Tools for Teaching)
Офисные приложения.	Microsoft Office Professional 2007. лиц. 42661567
Офисные приложения.	МойОфис Стандартный. , реестр отечественного ПО, необходима покупка лицензий.
Прикладное программное обеспечение общего назначения	Dr.Web Enterprise Security Suite, 3000 лиц, ПНИПУ ОЦНИТ 2017

6.4. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

Наименование	Ссылка на информационный ресурс
Научная библиотека Пермского национального исследовательского политехнического университета	https://elib.pstu.ru/
Образовательная платформа Юрайт	https://urait.ru/
Электронно-библиотечеая система Лань	https://e.lanbook.com/
Электронно-библиотечная система IPRsmart	http://www.iprbookshop.ru/
Информационные ресурсы Сети КонсультантПлюс	локальная сеть

7. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине

Вид занятий	Наименование необходимого основного оборудования и технических средств обучения	Количество единиц
Практическое занятие	Ноутбук, проектор	1

8. Фонд оценочных средств дисциплины

Описан в отдельном документе

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«Пермский национальный исследовательский политехнический университет»

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине «Формирование личного бренда экскурсовода»
Приложение к рабочей программе дисциплины

Квалификация выпускника: «Бакалавр»
Форма обучения: Очная

Курс: 2 **Семестр**: 4

Трудоёмкость:
Кредитов по рабочему учебному плану: 2 ЗЕ
Часов по рабочему учебному плану: 72 ч.

Форма промежуточной аттестации:
Зачет: 4 семестр

Пермь 2026

Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине «Формирование личного бренда экскурсовода» является частью (приложением) к рабочей программе дисциплины. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине разработан в соответствии с общей частью фонда оценочных средств для проведения промежуточной аттестации основной образовательной программы, которая устанавливает систему оценивания результатов промежуточной аттестации и критерии выставления оценок**.** Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине устанавливает формы и процедуры текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации, обучающихся по дисциплине.

1. Перечень контролируемых результатов обучения по дисциплине, объекты оценивания и виды контроля

Согласно РПД освоение учебного материала дисциплины запланировано в течение одного семестра (4-го семестра учебного плана) и разбито на 4 раздела. В каждом разделе предусмотрены аудиторные практические занятия, а также самостоятельная работа студентов. В рамках освоения учебного материала дисциплины формируется компоненты компетенций *знать, уметь, владеть*, указанные в РПД, которые выступают в качестве контролируемых результатов обучения по дисциплине «Формирование личного бренда экскурсовода» (табл. 1.1).

Контроль уровня усвоенных знаний, освоенных умений и приобретенных владений осуществляется в рамках текущего, рубежного и промежуточного контроля при изучении теоретического материала, сдаче индивидуального задания и зачета. Виды контроля сведены в таблицу 1.1.

Таблица 1.1. Перечень контролируемых результатов обучения по дисциплине

Контролируемые результаты обучения по дисциплине (ЗУВы)	**Вид контроля**			
	Текущий	Рубежный		Итоговый
	С	ОПЗ	С	Зачет
Усвоенные знания				
З.1 Знать понятие личного бренда и его роль в клиентоориентированном обслуживании; методы изучения ожиданий целевой аудитории; современные инструменты и цифровые каналы продвижения личного бренда экскурсовода.	С		С	ТВ
Освоенные умения				
У.1 Уметь анализировать ожидания и запросы туристов для формирования личного бренда; разрабатывать концепцию личного бренда экскурсовода с учетом клиентоориентированности; оценивать эффективность предложенных решений.	С	ОПЗ	С	ПЗ
Приобретенные владения				
В.1 Владеть навыками создания контента для личного бренда (тексты, фото, видео); инструментами продвижения в цифровых каналах; методами оценки удовлетворенности клиентов от коммуникации с экскурсоводом.		ОПЗ		КЗ

С – собеседование по теме; ТО – коллоквиум (теоретический опрос); КЗ – кейс-задача

(индивидуальное задание); ОПЗ – отчет по практическому занятию; КР – рубежное тестирование (контрольная работа); ТВ – теоретический вопрос; ПЗ – практическое задание; КЗ – комплексное задание.

Итоговой оценкой достижения результатов обучения по дисциплине является промежуточная аттестация в виде зачета, проводимая с учетом результатов текущего и рубежного контроля.

2. Виды контроля, типовые контрольные задания и шкалы оценивания результатов обучения

Текущий контроль успеваемости имеет целью обеспечение максимальной эффективности учебного процесса, управление процессом формирования заданных компетенций обучаемых, повышение мотивации к учебе и предусматривает оценивание хода освоения дисциплины. В соответствии с Положением о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, специалитета и магистратуры в ПНИПУ предусмотрены следующие виды и периодичность текущего контроля успеваемости обучающихся:

- входной контроль, проверка исходного уровня подготовленности обучаемого и его соответствия предъявляемым требованиям для изучения данной дисциплины;
- текущий контроль усвоения материала (уровня освоения компонента «знать» заданных компетенций) на каждом групповом занятии и контроль посещаемости лекционных занятий;
- промежуточный и рубежный контроль освоения обучаемыми отдельных компонентов «знать», «уметь» заданных компетенций путем компьютерного или бланочного тестирования, контрольных опросов, контрольных работ (индивидуальных домашних заданий), защиты отчетов по лабораторным работам, рефератов, эссе и т.д.

Рубежный контроль по дисциплине проводится на следующей неделе после прохождения модуля дисциплины, а промежуточный – во время каждого контрольного мероприятия внутри модулей дисциплины;

- межсессионная аттестация, единовременное подведение итогов текущей успеваемости не менее одного раза в семестр по всем дисциплинам для каждого направления подготовки (специальности), курса, группы;
- контроль остаточных знаний.

2.1. Текущий контроль

Текущий контроль для оценивания знание компонента дисциплинарных частей компетенций (табл. 1.1) в форме контрольной работы. Результаты по 4-балльной шкале оценивания заносятся в книжку преподавателя и учитываются в виде интегральной оценки при проведении промежуточной аттестации.

2.2. Рубежный контроль

Рубежный контроль для комплексного оценивания усвоенных знаний, освоенных умений и приобретенных владений дисциплинарных частей компетенций (табл. 1.1) проводится согласно графика учебного процесса, приведенного в РПД, в форме защиты отчетов практических занятий и рубежных контрольных работ.

2.2.1. Защита практических работ

Всего запланировано 16 практических работ. Темы практических занятий приведены в РПД.

Защита отчетов по практическим занятиям проводится индивидуально каждым студентом или группой студентов. Типовые шкала и критерии оценки приведены в общей части ФОС образовательной программы.

2.3. Промежуточная аттестация (итоговый контроль)

Промежуточная аттестация обучающихся ориентирована на оценку освоения заданных дисциплинарных частей компетенций по достигнутым результатам обучения по дисциплине: приобретенным знаниям, умениям, навыкам и(или) опыту работы (владениям). Промежуточная аттестация проводится в форме зачета после получения допуска. Допуск к промежуточной аттестации осуществляется по результатам текущего и рубежного контроля. Условиями допуска являются успешная сдача всех практических занятий.

2.3.1. Процедура получения допуска к зачету

Допуск к зачету по дисциплине основывается на результатах выполнения предыдущих индивидуальных заданий студента по данной дисциплине.

Типовые шкала и критерии оценки результатов обучения при получении допуска к зачету приведена в общей части ФОС образовательной программы.

2.3.2. Процедура промежуточной аттестации с проведением аттестационного испытания

Промежуточная аттестация проводится в форме зачета по билетам. Билет содержит теоретические вопросы (ТВ) для проверки усвоенных знаний, практические вопросы (ПВ) для проверки освоенных умений и комплексные вопросы (КВ) для контроля уровня приобретенных владений всех заявленных дисциплинарных компетенций.

Билет формируется таким образом, чтобы в него попали вопросы и практические задания, контролирующие уровень сформированности всех заявленных дисциплинарных компетенций. Пример билета для зачета представлен в приложении 1.

2.3.2.1. Типовые вопросы и задания для зачета по дисциплине

Типовые вопросы для контроля усвоенных знаний:

1. Понятие, сущность и структура личного бренда экскурсовода. Ценности и миссия, профессиональный имидж и репутация; роль бренда в клиентоориентированном обслуживании и конкурентоспособности экскурсионных услуг (З.1).

2. Методы изучения потребностей, ожиданий и запросов туристов. Сегментация целевой аудитории, портрет клиента и анализ обратной связи; использование результатов исследования для формирования личного бренда (З.1).

3. Позиционирование экскурсовода и уникальное торговое предложение. Связь профессиональных качеств, ценностей, специализации и ожиданий аудитории; структура и обоснование концепции личного бренда (З.1).

4. Контент-стратегия и визуальный образ экскурсовода. Назначение самопрезентации, биографии, описаний экскурсий, фото- и видеоконтента; контент-план, визуальная идентичность и согласованность материалов с концепцией бренда (З.1).

5. Инструменты и каналы продвижения личного бренда: социальные сети, профессиональные платформы, сообщества и офлайн-мероприятия. Выбор каналов по аудитории, работа с отзывами и управление репутацией (З.1).

6. Оценка эффективности личного бренда и удовлетворенности клиентов коммуникацией с экскурсоводом. Метрики вовлеченности и обращений, методы сбора обратной связи; анализ ошибок и корректировка концепции и продвижения (З.1).

Типовые вопросы и практические задания для контроля освоенных умений:

1. По учебным результатам опроса туристов и отзывам об экскурсиях выделить сегменты аудитории и составить портрет клиента. Определить основные ожидания и недостатки коммуникации экскурсовода. Предложить ценности, позиционирование и уникальное торговое предложение личного бренда; обосновать решения данными о запросах потребителей (У.1).

2. По заданному профессиональному профилю экскурсовода разработать концепцию личного бренда. Согласовать миссию, специализацию, целевую аудиторию, уникальное торговое предложение, визуальный образ и стиль общения. Выбрать каналы продвижения и предложить показатели ожидаемой эффективности с точки зрения клиентоориентированности (У.1).

3. По учебным данным об охвате публикаций, реакциях, обращениях и обратной связи клиентов оценить результаты продвижения экскурсовода по заданной методике. Разграничить вовлеченность аудитории и удовлетворенность клиентов. Выявить проблемы и предложить корректировку контента, каналов и коммуникации; определить способ проверки эффективности изменений (У.1).

Типовые комплексные задания для контроля приобретенных владений:

1. Подготовить портфолио личного бренда экскурсовода: обоснование аудитории и позиционирования, самопрезентацию, описание экскурсии, тексты двух публикаций, фото либо фотомакет и сценарий видеовизитки. Обеспечить единство содержания и визуального образа, показать соответствие ожиданиям туристов и представить материалы на защите (В.1).

2. Разработать план продвижения личного бренда на месяц. Представить выбор цифровых каналов и профессиональных сообществ, контент-план, образцы текстового, фото- и видеоконтента и порядок работы с отзывами. Провести учебную апробацию коммуникационных материалов, собрать обратную связь и скорректировать план по результатам оценки удовлетворенности аудитории (В.1).

3. Разработать и защитить проект совершенствования коммуникации экскурсовода с клиентами. По учебным отзывам и показателям продвижения выявить проблемы, подготовить ответы на обращения и обновленные материалы бренда. Составить анкету удовлетворенности, обработать результаты учебного опроса и обосновать корректировки концепции, контента и каналов продвижения (В.1).

2.3.2.2. Шкалы оценивания результатов обучения на зачете

Оценка результатов обучения по дисциплине в форме уровня сформированности компонентов *знать, уметь, владеть* заявленных компетенций проводится по двухбалльной шкале оценивания «зачтено» / «не зачтено».

Типовые шкала и критерии оценки результатов обучения при сдаче дифференцированного зачета для компонентов *знать, уметь и владеть* приведены в общей части ФОС образовательной программы.

3. Критерии оценивания уровня сформированности компонентов и компетенций

3.1. Оценка уровня сформированности компонентов компетенций

При оценке уровня сформированности компетенций в рамках выборочного контроля при зачете считается, что *полученная оценка за компонент проверяемой в билете компетенции обобщается на соответствующий компонент всех компетенций, формируемых в рамках данной учебной дисциплины*.

Общая оценка уровня сформированности всех компетенций проводится путем агрегирования оценок, полученных студентом за каждый компонент формируемых компетенций, с учетом результатов текущего и рубежного контроля в виде интегральной оценки по двухбалльной шкале «зачтено» / «не зачтено». Все результаты контроля заносятся в оценочный лист и заполняются преподавателем по итогам промежуточной аттестации.

Форма оценочного листа и требования к его заполнению приведены в общей части ФОС образовательной программы.

При формировании итоговой оценки промежуточной аттестации в виде зачета используются типовые критерии, приведенные в общей части ФОС образовательной программы. По результатам зачета выставляется «зачтено» или «не зачтено». Оценка «зачтено» соответствует достижению результатов обучения не ниже удовлетворительного уровня и успешному выполнению предусмотренных заданий; в остальных случаях выставляется «не зачтено».