АНО «Развитие человеческого капитала»
Обособленное подразделение «Техноград»

УТВЕРЖДЕНО
Приказом Генерального директора
АНО «Развитие человеческого капитала»
№ ОД-161/26 от «22» мая 2026 г.

ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ОБЩЕОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ОБЩЕРАЗВИВАЮЩАЯ ПРОГРАММА

Наименование программы

«PR и создание личного бренда»

Категория слушателей: специалисты по связям с общественностью (PR-менеджеры), бренд-стратеги, имиджмейкеры, контент-менеджеры, SMM-специалисты, копирайтеры, медиатренеры, специалисты по digital-репутации, веб-дизайнеры, менеджеры по коммуникациям, UX-дизайнеры, специалисты по поисковой оптимизации сайтов (SEO-специалисты), руководители отделов коммуникаций (PR-директора), тренеры по личному бренду, видеоблогеры, продюсеры подкаста, менеджеры личного бренда, кризисные менеджеры по репутации, видеографы (создание контента для бренда), специалисты по визуальному контенту, специалисты по контент-маркетингу, эксперты по публичным выступлениям, бизнес-аналитики (в digital-среде), менеджеры по работе с аудиторией, лица старше 18 лет, заинтересованные в получении новых компетенций, студенты вузов и учреждений СПО, обучающиеся по направлениям подготовки «Реклама», «Реклама и связи с общественностью», «Медиакоммуникации»

Объем: 16 часов

Форма обучения: очная с применением дистанционных технологий

Форма документа, выдаваемого по результатам освоения программы: сертификат о прохождении курса

УЧЕБНЫЙ ПЛАН

Наименование компонентов программы	Обязательные аудиторные учебные занятия (ч.)		Внеаудиторная (самостоятельная) учебная работа (ч.)	Всего учебной нагрузки (ч.)
	всего	в т.ч. практических и семинарских занятий		
Тема 1. Основы подбора условий составления личного брендбука.	**3**	3	-	**3**
Тема 2. Структура бренда, распаковка личной уникальности.	**2**	-	-	**2**
Тема 3. Практическая градация архетипов, условия разработки бренда.	**2**	-	-	**2**
Тема 4. Разработка персональной траектории и гипотезы развития личного бренда, имидж, кинетика.	**2**	-	-	**2**
Тема 5. Техника экспертной самопрезентации, контент для социальных сетей.	**2**	-	-	**2**
Тема 6. Механизм работы над страхами и ошибками, формирование итогового брендбука.	**2**	-	-	**2**
Тема 7. Финальная защита проектов по разработке личного бренда.	**3**	3	-	**3**
ИТОГО:	**16**	**6**	**0**	**16**

Календарный учебный график

Период обучения (недели/дни)	Наименование модуля
1 день	**Тема 1.** Основы подбора условий составления личного брендбука.
2 день	**Тема 2.** Структура бренда, распаковка личной уникальности.
3 день	**Тема 3.** Практическая градация архетипов, условия разработки бренда.
4 день	**Тема 4.** Разработка персональной траектории и гипотезы развития личного бренда, имидж, кинетика.
5 день	**Тема 5.** Техника экспертной самопрезентации, контент для социальных сетей.
6 день	**Тема 6.** Механизм работы над страхами и ошибками, формирование итогового брендбука.
7 день	**Тема 7.** Финальная защита проектов по разработке личного бренда.

СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ, СТРУКТУРИРОВАННОЕ ПО ТЕМАМ, РАЗДЕЛАМ (МОДУЛЯМ)

Наименование тем, разделов (разделов)	Содержание тем, разделов (модулей)
Тема 1. Основы подбора условий составления личного брендбука.	Особенности техники самопрезентации и продвижения услуг, архетипы, ведение личного аккаунта, упаковка предложений, работа с бекграундом, прогнозирование на будущее по актуальным профессиям, выбор смысловых нагрузок, продуктовая линейка, портфолио, брендбук, генерация новых идей (направлений, инфоповодов), интеграция в цели и задачи компании, настройка мессенджеров, преимущества ВКонтакте, управление впечатлением, речевой и кинетический имидж, оформление соцсетей. **Практическое задание № 1. Составить первоначальный план подбора идей с целью формирования личного брендбука по выбранному направлению деятельности.**
Тема 2. Структура бренда, распаковка личной уникальности.	Продвижение бренда в современных условиях, самопрезентация перед целевой аудиторией, эффект «первого впечатления», факторы управления (тембр голоса, эмоциональный окрас разговора, особенности поведения, локация и окружение, внешний вид), личный бренд (образ, сильные и слабые стороны), возможности монетизации, ведение социальных сетей, цикл (узнаваемость, популярность, уважение, доверие, рост доходов), структура (личность, ядро, ценности, выгоды, достижения), проблемы развития эксперта, работа с ошибками и страхами, виды страха (рациональный, иррациональный), цена ошибки. Архетипы, точка «А», подготовка брендбука (цветовая гамма, ассоциации, эмоции), визуал, формат «икигай» (смысл жизни, предназначение, выявление мотивов, умения и ресурсы, продукты/клиенты, миссия), ошибочные стратегии, психология личности, архетип с точки зрения маркетинга, внутренний мир, внешность, социум, двенадцать архетипов, практика самораспаковки, уникальность, создание имиджа, трансляция в визуале, четыре вектора стиля. **Практическое задание № 2. Разработать стратегию развития на основе подбора структуры личного бренда и ведущих и дополнительных архетипов в формате «икигай».**

Тема 3. Практическая градация архетипов, условия разработки бренда.	Точки контакта, вектор развития, раскрывающий стиль, характер продаж, выбор площадки, «примерка» архетипов, «телесный тест», варианты архетипов (правитель: организация, масштабирование; эстет: чувства, голос, комфортная среда; мудрец: статистика, опрос, советы; маг: общение с аудиторией, история трансформации, символика; шут: игровой формат, сарказм, ироническая подача; творец: воплощение идеи, путь; простодушный: эмоциональные качели, упрощение рабочего процесса; славный малый: сбор подписчиков, мероприятия, посты, знакомства; заботливый: экспертные разборы, комментарии, правила; искатель: открытия, новые впечатления; бунтарь: конфронтация; герой: результат, вызов), пример смешения архетипов (герой-бунтарь), дополнительные вопросы для формирования доминирующих архетипов. Изучение и анализ коллег/конкурентов в бизнес-нише, ожидания ЦА от эксперта (ценность, искренность, уникальность), условия разработки продукта, маршрутная карта, определение ниши, уточнение позиционирования, особенности, УТП, проведение аналитики по услуге, сегментация целевой аудитории, проработка визуала, стандарты речи, имидж, продвижение бренда, механизм упаковки контента, сайт-визитка, маркетинговый план. **Практическое задание № 3. Подготовить чек-лист по реализации концепции стратегии создания/переработки и продвижения личного бренда (аудит каналов трафика, визуал, контент-план).**
Тема 4. Разработка персональной траектории и гипотезы развития личного бренда, имидж, кинетика.	Четыре уровня узнаваемости («человек-невидимка», «человек-контент»: процесс продаж через усилия, «человек-бренд»: стабильность, коллаборации, «человек-звезда»: высокая степень популярности), сервисы контроля репутации, план PR-продвижения, стратегия (цель, проработка критериев, метод обратного планирования, установка дедлайнов и шагов, колесо баланса, ранжирование целей по истинности и ресурсам), бесплатный PR, реклама, PR-акции, участие в мероприятиях. Составляющие имиджа, ошибки в образе, кинетический имидж, невербальная информация, донесение смыслов через тело, социальный статус, осанка, взгляд (виды: доминирующий, коммуникативный, сексуальный), позы (стоя, сидя), жесты, повышение уверенности. **Практическое задание № 4. Распределить цели и задачи развития персональной траектории развития бренда по секторам сформированного «колеса баланса».**

Тема 5. Техника экспертной самопрезентации, контент для социальных сетей.	Речевой имидж (качество, характеристики голоса, умение вести диалог), формальная и неформальная самопрезентация, элеватор-питч (краткость, структурированность, фокус на конкретных цифрах, быстрый результат, случайные встречи), сторителлинг (конкретный пример успеха, эмоции, описание решения, доказательство компетенции, неформальная обстановка), типовые недостатки, слова-паразиты, инструмент влияния (интонация, паузы, акценты, темп, артикуляция), формула выступления «тигр» (тизер, история, геймификация, реквизиты), механизм подготовки, видео-визитка. Рекламные материалы, эксклюзивный контент, переход от фотографий до живого общения под разные виды деятельности (индивидуальные, бизнес, компания), сбор элементов для фотосессии (фоны, предметы, локации, формат, кадрирование, подача), структура поста или рилса (визуал, впечатление, заголовок, внимание, информация, «тело»), артефакты, отличия, метод ассоциаций, упражнения перед съемкой, принцип 3 С. **Практическое задание № 5. Выполнить два варианта самопрезентаций с записью видео-визиток в форматах элеватор-питч и сторителлинг.**
Тема 6. Механизм работы над страхами и ошибками, формирование итогового брендбука.	Правила выстраивания контактов с клиентами, семь оправданий «не начинать», сервисы самовыражения, монетизации, страхи проявленности, дохода, неудачи, оценки, продаж, неизвестности, финансовой зависимости, успеха, статуса, смены окружения, практический кейс по взаимодействию с издательством, доверие (создание положительной репутации, продвижение ценностей бренда), инфоповод, цветовая схема PR (белый, черный, розовый, зеленый), план на год, декомпозиция целей, SMART-технология, форматы контента для разных архетипов, написание текста. Оформление брендбука, унификация текстовой и визуальной информации, упаковка результатов, поддержка имиджа личного бренда, мудборд, коллаж, жизненные приоритеты, фиксация мечты, жизненный стиль, выбор цвета, манера общения, шрифты для личного блога, визуальные коды/артефакты, собственная айдентика в брендбуке. **Практическое задание № 6. Оформить итоговый брендбук с учетом собственного варианта презентации себя, товара, услуги с целью продвижения на определенной целевой площадке.**

Тема 7. Финальная защита проектов по разработке личного бренда.	Практика разбора и получения методических рекомендаций по подготовленным проектам по созданию и развитию личных брендбуков, кейсы: трансформационная среда, подборка архетипов, цели, ресурсов, страхов, слабых и сильных сторон, мотиваций, эмоциональной палитры, графики, компоновки; продвижение и event-мероприятия, контент, социальная платформа; флористика, составление композиции, стиль, планирование; наставничество, экосистема, подача, коллаборации, аудитория; операционное управление, карьерный аудит, проектный менеджмент, экспертность, артефакты, обратная связь. **Практическое задание № 7. Проработать брендбук в соответствии с рекомендациями на предмет развития и дальнейшего продвижения в выбранной профессиональной нише.**