



SUBJECT DATASHEET

Personal branding and coaching practice

BMEGT52STK5008-00

I. SUBJECT DESCRIPTION

1. SUBJECT DATA

Subject name

Personal branding and coaching practice

ID (subject code)

BMEGT52STK5008-00

Type of subject

Contact lessons

Course types and lessons

<i>Type</i>	<i>Lessons</i>
Lecture	5
Practice	10
Laboratory	0

Type of

assessment

semester grade

Number of

credits

5

Subject Coordinator

<i>Name</i>	<i>Position</i>	<i>Contact details</i>
-------------	-----------------	------------------------

Dr. Répáczki Rita	assistant lecturer	repaczki.rita@gtk.bme.hu
-------------------	--------------------	--------------------------

Educational organisational unit for the subject

Department of Ergonomics and Psychology

Subject website

www.erg.bme.hu

Language of the subject

magyar - HU

Curricular role of the subject, recommended number of terms

Programme: **Organizational and business coach postgraduate specialization programme**

Subject Role: **Compulsory**

Recommended semester: **3**

Direct prerequisites

Strong None

Weak None

Parallel None

Exclusion None

Validity of the Subject Description

Approved by the Faculty Board of Faculty of Economic and Social Sciences, Decree No: 580950/7/2025 registration number. Valid from: 2025.10.29.

2. OBJECTIVES AND LEARNING OUTCOMES

Objectives

The aim of the course is to help participants consciously develop and improve their personal brand, as well as establish and build their coaching practice. During the training, students explore their personal strengths, values, and unique professional offerings, and learn how to position themselves authentically in the coaching market. Special attention is given to communication and appearance—including online visibility and the use of social media—as well as practical issues of practice building, such as target group definition, service portfolio development, and client acquisition. The course also emphasizes ethical responsibility, long-term sustainability, and professional self-management. By the end of the training, participants will have developed a personalized personal branding and practice development plan that supports their credible, conscious, and successful professional operation.

Academic results

Knowledge

1. Participants understand the role of personal branding in establishing professional credibility and market positioning as a coach.
2. They comprehend the key elements of building a coaching practice: target audience, service portfolio, pricing strategy, client acquisition, and visibility.
3. They are aware of ethical considerations in self-presentation and client acquisition.

Skills

1. Able to articulate their professional identity and unique value proposition.
2. Communicates their personal brand consciously and authentically across various platforms and situations.
3. Independently develops practice-building and client acquisition strategies.
4. Applies self-management and sustainable professional development tools in practice.

Attitude

1. Approaches personal branding and practice development reflectively and ethically.
2. Open to continuous self-improvement, supervision, and enhancing professional visibility.
3. Committed to authenticity, transparency, and professional quality.

Independence and responsibility

1. Capable of independently planning and sustaining their personal brand and coaching practice long-term.
2. Takes conscious responsibility for the impact of their communication and practice-building decisions.
3. Produces a personalized, written personal brand and practice development plan that serves as a practical guide for their professional journey.

Teaching methodology

Előadások, egyéni (e-learning) feladat a moodle felületen, kérdőívek, IT eszközök és technikák használata, páros és csoportmunkában végzett órai feladatok.

Materials supporting learning

- Kötelező irodalom: Órai kiadott anyagok.
- Ajánlott irodalom:
- Chandler, S., Litvin, R. (2017). A sikeres coach. Cor Leonis Kiadó.
- Iordanou, I., Hawley, R., Iordanou, C. (2017) Values and Ethics in Coaching First Edition. Sage
- Mietus, A. (2010) Ethical coaching across cultures: Ethical aspects of coaching and management in inter-cultural settings. Grin
- Osterwalder, A. (2012). Üzletimodell-építés. Cser Könyvkiadó.
- Williams, P., Anderson, S. H. (2004) Law and Ethics in Coaching: How to Solve and Avoid Difficult Problems in Your Practice. Wiley

II. SUBJECT REQUIREMENTS

TESTING AND ASSESSMENT OF LEARNING PERFORMANCE

General Rules

A 2.2. pontban megfogalmazott tanulási eredmények értékelése e-learning házi feladatok és összegző tanulmányi teljesítményértékelés alapján történik.

Performance assessment methods

Szorgalmi időszakban végzett teljesítményértékelések részletes leírása: A. Részteljesítmény-értékelés (aktív részvétel): a tantárgy tudás, képesség, attitűd, valamint önállóság és felelősség típusú kompetenciaelemeinek egyszerűsített értékelési módja, melynek megjelenési formája a felkészült megjelenés és tevékeny részvétel az interaktív előadások és a kiscsoportos gyakorlatok fo-lyamatában. B. Részteljesítmény-értékelés (házi feladat): online feladat, amelynek során a hallgató önállóan végez a megadott témában a tárgyhöz kapcsolódó kutatómunkát. C. Reflexió és önreflexió alapú összefoglaló dolgozat (házipolgozat): melynek megjelenési formája az egyénileg készített házi feladat, a házi feladat tartalmát, követelményeit, beadási határidejét értékelési módját a tárgyfelelős határozza meg.

Percentage of performance assessments, conducted during the study period, within the rating

- aktív részvétel: 25
- online feladat: 50
- házipolgozat: 25
- Összesen: 100

Percentage of exam elements within the rating

Conditions for obtaining a signature, validity of the signature

Issuing grades

Excellent	95
Very good	86-94
Good	76-85
Satisfactory	66-75
Pass	50-65
Fail	0-49

Retake and late completion

1. Az e-learning házi feladatok a leadási határidő után az előre megadott pótlási határidőig díjmentesen pótolhatók. 2. Az összegző tanulmányi teljesítményértékelés a pótlási időszakban – első alkalommal – díjmentesen pótolható vagy j

Coursework required for the completion of the subject

részvétel a kontakt tanórákon	15
Elméleti anyag önálló feldolgozása	35
Online feladat és reflexió	50
Összefoglaló dolgozat	50
Összesen	150

Approval and validity of subject requirements

Consulted with the Faculty Student Representative Committee, approved by the Vice Dean for Education, valid from: 13.10.2025.

III. COURSE CURRICULUM

THEMATIC UNITS AND FURTHER DETAILS

Topics covered during the term

By the end of the course, students will be able to consciously develop and improve their personal brand, as well as plan the structure and operation of their coaching practice. By the end of the course, each student will have a personalized personal brand and practice development plan (written document) as a tangible output, which will provide guidance for developing their professional identity, positioning, and client acquisition strategy.

- 1 Énmárka alapjai és szerepe a coachingban. Az énmárka jelentősége a coach szakmában. Szakmai identitás, értékek és hitelesség. Önismereti gyakorlat: „Mit üzenek a világnak coachként?”
- 2 Önismeret és egyedi értékJánlat. Erősségek és kompetenciák feltárása. Egyedi szakmai pozicionálás meghatározása. Gyakorlat: személyes SWOT-analízis és értékJánlat megfogalmazása.
- 3 Kommunikáció és láthatóság. Verbális és nonverbális kommunikáció szerepe az énmárkában. Online jelenlét, közösségi média és szakmai láthatóság. Gyakorlat: saját bemutatkozás kidolgozása különböző platformokra.
- 4 Praxisépítés gyakorlati kérdései. Piaci trendek és célcsoportok azonosítása. Szolgáltatásportfólió és árstratégia kialakítása. Gyakorlat: coaching szolgáltatáscsomag tervezése.
- 5 Ügyfélszerzés és kapcsolatépítés. Kapcsolati háló, együttműködések és ajánlások szerepe. Etikai kérdések az ügyfélszerzésben. Gyakorlat: ügyfélszerzési stratégia kidolgozása.
- 6 Fenntartható szakmai fejlődés és önmenedzsment. Szakmai önreflexió és szupervízió szerepe. Burnout-megelőzés és önmenedzsment technikák. Gyakorlat: személyes szakmai fejlődési terv készítése.
- 7 Saját énmárka- és praxisfejlesztési terv bemutatása. Résztevők prezentációi és közös reflektív feldolgozás.
- 8 Visszajelzés és finomhangolás. Összegzés: hogyan tartható fenn és fejleszthető az énmárka hosszú távon?

Additional lecturers

Dr. Lógó Emma egyetemi docens logo.emma@gtk.bme.hu
Dr. Bíró-Szigeti Szilvia egyetemi docens szigeti.szilvia@gtk.bme.hu

Approval and validity of subject requirements