

	СИЛАБУС навчальної дисципліни «Self-брендинг»
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський) рівень
Код і найменування спеціальності, тип і назва освітньої програми	Всі спеціальності Навчально-наукового інституту економіки, управління, права та інформаційних технологій
Статус навчальної дисципліни	Вибіркова факультетська навчальна дисципліна
Курс, семестр	3-й курс, 1-й семестр
Трудомісткість	Загальна кількість годин - 120 Кількість кредитів - 4,0
Мова(и) викладання	Державна
ННІ, кафедра	Навчально-науковий інститут економіки, управління, права та інформаційних технологій Кафедра менеджменту ім. І.А. Маркіної
Контактні дані розробника	Наталія Чернікова, кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри менеджменту ім. І.А. Маркіної Контакти: ауд. 487а (навчальний корпус №4) e-mail: nataliia.chernikova@pdau.edu.ua тел. 050 476 79 16. Профайл: https://www.pdau.edu.ua/people/chernikova-nataliya-mykolayivna
Мета вивчення навчальної дисципліни	сформувати та підтримувати особистий бренд для забезпечення власної унікальності та розвитку кар'єри.
Компетентності	<p style="text-align: center;"><i>загальні:</i></p> ЗК 1. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності. ЗК 2. Навички використання інформаційно-комунікаційних технологій. ЗК 3. Здатність вчитися та оволодівати сучасними знаннями.
Результати навчання	ПРН 1. Здатність створювати та організовувати ефективні комунікації в процесі управління. ПРН 2. Здатність формувати та демонструвати лідерські якості та поведінкові навички.

Методи навчання	<p>1) <i>методи організації та здійснення навчально-пізнавальної діяльності:</i> словесні (лекція, розповідь, пояснення, бесіда), наочні, практичні (практичні роботи, робота з навчально-методичною літературою);</p> <p>2) <i>методи стимулювання і мотивації навчально-пізнавальної діяльності:</i> методи формування пізнавальних інтересів, методи стимулювання і мотивації обов'язку й відповідальності;</p> <p>3) <i>інноваційні та інтерактивні методи навчання:</i> інтерактивні методи, комп'ютерні та мультимедійні методи;</p>
------------------------	--

	4) <i>методи контролю і самоконтролю за ефективністю навчально-пізнавальної діяльності</i> : методи усного контролю, методи письмового контролю, методи самоконтролю.
Програма навчальної дисципліни	Тема 1. Самоідентичність (Self-identity), як основа Self-брендингу. Тема 2. Я (Людина) – бренд: загальне та відмінне з товарним та корпоративним брендом. Тема 3. Стратегії побудови персонального бренду та його зміцнення. Тема 4. Управління перешкодами формування персонального бренду. Тема 5. Іміджологія в Self-брендингу. Тема 6. Self-брендинг у розвитку кар'єри. Тема 7. Сучасні комунікації у просуванні персонального бренду. Тема 8. Критерії оцінки успішності Self-брендингу.
Стратегія оцінювання результатів навчання	Поточний контроль: усне опитування; контрольна робота; виконання вправ на практичних заняттях; виконання завдань самостійної роботи (реферати, есе, презентації). Підсумковий контроль: залік.
Політика навчальної дисципліни	Політика курсу полягає в максимальному заохоченні здобувачів до самостійного пошуку рішень, ініціативності, взаємодії, формування конструктивних комунікацій та командної роботи; обов'язковому дотриманні академічної доброчесності здобувачами, а саме: самостійне виконання всіх видів робіт, завдань, форм контролю, передбачених робочою програмою даної навчальної дисципліни; посилення на джерела інформації у разі використання ідей, розробок, тверджень, відомостей; дотримання норм законодавства про авторське право і суміжні права; надання достовірної інформації про результати власної навчальної (наукової, творчої) діяльності, використанні методики досліджень і джерела інформації. При проходженні курсу здобувачі мають активно працювати на практичних заняттях, виконувати завдання для самостійної роботи. Штрафних балів з курсу не передбачається. Заохочувальні бали студент може отримати за поглиблене вивчення окремих тем курсу, що може бути представлене у вигляді наукових тез, наукової статті, есе, презентації тощо. Бали за присутність на лекціях та практичних заняттях не додаються, проте, залученість до обговорення дискусійних питань на лекціях, а також активна участь у виконанні індивідуальних та групових завдань на практичних заняттях, аналізі конкретних ситуацій, обговоренні питань теми, захисті завдань самостійної роботи та ін. формують загальний рейтинг з дисципліни. Тому пропуск занять не дає можливості студенту отримати бали для семестрового контролю. Здобувачі вищої освіти мають право на перезарахування результатів навчання, набутих у неформальній та інформальній освіті згідно відповідного Положення про порядок визнання результатів навчання, набутих у неформальній та інформальній освіті, здобувачами вищої освіти Полтавського державного аграрного університету. Здобувачі можуть самостійно на платформах онлайн-освіти, шляхом участі у короткострокових навчальних програмах і проєктах (з видачею сертифіката) опанувати навчальний матеріал, який за змістом дозволяє набути очікувані навчальні результати навчальної дисципліни.

Передумови для вивчення навчальної дисципліни	«Менеджмент», «Маркетинг», «Бренд-менеджмент», «Стиль та імідж менеджера», «Філософія», «Інформаційні системи і технології», «Українська мова».
Додаткові матеріали для представлення навчальної дисципліни	Презентації, відеоролики
Рекомендовані джерела інформації	<p style="text-align: center;">Основні:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Біловодська О.А., Пузікова М.В. Аналіз і оцінка персонального брендингу в умовах підвищення професійного успіху особистості. Маркетинг і менеджмент інновацій, 2011, № 4, Т. I. С. 67 – 74. URL:https://mmi.fem.sumdu.edu.ua/sites/default/files/mmi2011_4_1_67_74.pdf 2. Штовба О.В. Товарний брендинг в маркетинзі та комунікативному менеджменті: навчальний посібник Вінниця: ВНТУ, 2014. URL:http://oshtovba.vk.vntu.edu.ua/file/b69b1a1fb4741949faf7d15e518300c2.pdf 3. Калениченко Р.А. Психологія іміджу: Навч. посіб. 2008. 102 с. URL:http://ir.nusta.edu.ua/jspui/bitstream/doc/1636/1/1554_IR.PDF 4. Бренд-менеджмент: теорія і практика.-навч. посібник / укл.: І. В. Струтинська. – Тернопіль: Прінт-офіс, 2015. – 204 с. URL:http://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/123456789/7116/6/Navchalno_m_etodychnyj_pidruchnyk.pdf 5. Григорчук Т.В. Брендинг: навчальний посібник для дистанційного навчання. URL: https://sites.google.com/site/brendingsoccult/branding_in_business_activities/ 6. Пономарьова Є.А. Бренд-менеджмент. URL: https://stud.com.ua/154412/marketing/brend-menedzhment 7. Біловодська О.А., Пузікова М.В. Персональний брендинг як важливий інструмент успішної професійної діяльності. Економічні проблеми сталого розвитку: тези доповідей науково-технічної конференції викладачів, співробітників, аспірантів і студентів факультету економіки та менеджменту, присвяченої дню науки в Україні, Суми, 18-22 квітня 2011 року / Відп. за вип. А.Ю. Жулавський. Суми: СумДУ, 2011. Ч. 4. С. 223-224. 8. Казакова Е. Маркетинг личности / Е. Казакова // Маркетинг и реклама. 2010. № 2. С. 54-56. 9. Персональный брендинг. Технология достижения личной популярности / Ф. Котлер и др. [пер. с англ. Е. Симдяшкиной, Н. Коцюбо]: Grebennikov, 2008. 396 с. 10. Макнелли Д., Спик К. Как выделиться из толпы или формула персонального брендинга. [пер. с англ. К. Ткаченко]. ГРАНД: ФАКР-ПРЕСС, 2004. 190 с. 11. Балук Н.Р., Бук Л.М., Вовчанська О.М., Скибінський С.В. Комунікації у створенні персонального бренду. Підприємництво і торгівля. 2018. Вип. 23. С. 119 – 119. URL: http://lute.lviv.ua/fileadmin/www.lac.lviv.ua/data/DOI/2522-1256-2018-23-19.pdf

12. Помаз О.М., к.е.н., доцент; Товкайло О. О.; Стеценко О. І. Концепція персонального бренду, його ідентифікація і позиціонування. С. 204 – 209.

URL: <https://www.pdau.edu.ua/sites/default/files/nppdaa/11/32.pdf>

Допоміжні:

1. Самые дорогие бренды мира по версии Millward Brown: Энциклопедия брендов. URL: <https://www.next-brands.com/c/news/>
2. Топ-50 лучших украинских брендов по упоминанию в Интернете. Биржевой лидер. URL: <http://from-ua.com/news/263713-top-50-luchshih-ukrainskih-brendov-po-upominaniyu-v-internete.html>.
3. Крайнюченко О. Ф., Габор О. О. Етапи процесу створення та розвитку бренда: формування ДНК бренда. URL: <http://dspace.nuft.edu.ua/jspui/handle/123456789/15238>

Інформаційні ресурси:

1. <https://krasnomovec.club/uspishna-samoprezentatsiya/>
2. <https://careerfornewlife.com/blog/find/samoprezentatsiya-na-spivbesidi-abo-shho-rozpovisti-pro-sebe-robotodavtsyu-2/#i-4>
3. <https://ukr.agromassidayu.com/vidi-imidzha-cheloveka-osobennosti-opisanie-i-harakteristiki-news-725315>
4. <https://dou.ua/forums/topic/35935/>
5. <https://goal-life.com/uk/smart-cil>
6. <http://sum.in.ua/>
7. <https://www.verywellmind.com/what-is-self-concept-2795865>
8. https://dornsife.usc.edu/assets/sites/782/docs/handbook_of_self_and_identity_-_second_edition_-_ch._4_pp._69-104_38_pages.pdf
9. <https://www.forbes.com/sites/goldiechan/2018/11/08/10-golden-rules-personal-branding/?sh=7a506b1e58a7>
10. <https://www.oberlo.com/blog/personal-branding>
11. <https://youtu.be/ccyI9i3azSw>
12. <https://buduysvoe.com/navchannya-online/pobudova-personalnogo-brendu>
13. <https://business.diia.gov.ua/cases/osobistisnij-rozvitok/tri-aspekti-dla-pobudovi-osobistogo-brendu-i-tajm-menedzmentu-vid-bogushtime>
14. https://er.nau.edu.ua/bitstream/NAU/43488/1/БРЕНД%20МЕНЕДЖМЕНТ_2019_ПОСІБНИК.pdf

Рік введення

2024