



Міністерство освіти і науки України

ЧОРНОМОРСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ПЕТРА МОГИЛИ

Навчально-науковий інститут публічного управління та адміністрування

СИЛАБУС

навчальної дисципліни

ПЕРСОНАЛЬНИЙ БРЕНДИНГ

Освітній рівень	перший (бакалаврський) рівень; другий (магістерський) рівень; третій (освітньо-науковий) рівень	
Статус дисципліни	вибіркова	
Галузь знань		
Спеціальність		
Освітня програма		
Обсяг дисципліни	4 кредити ECTS (120 акад. годин)	
Види аудиторних занять	лекції, семінарські заняття	
Індивідуальні та (або)групові завдання		
Форми семестрового контролю	іспит	

Викладач (розробник):

Андріяш Вікторія Іванівна, доктор наук з державного управління, професор

E-mail: andriyash_v2017@ukr.net

Метою: навчальної дисципліни «Персональний брендинг» є формування у студентів компетентностей щодо створення персонального бренду з метою підвищення ефективності взаємодії з зовнішнім середовищем та досягнення фінансової свободи і формування системи знань щодо сучасних підходів, правил та принципів розробки власної стратегії професійного розвитку, створення особистого та корпоративного бренду, застосування методів впливу на особистість, комунікації, соціальних мереж для цілей реалізації персональної стратегії, побудови кар'єри.

Програмні результати навчання:

знати:

- понятійний та категорійний апарат щодо персонального бренду;
- сутність концепцій персонального бренду;
- основні принципи та підходи до побудови персонального бренду;
- критерії для візуалізації персонального бренду;
- засоби комунікації з аудиторією, які дозволять сформувати інформаційне поле бренду;
- критерії оцінки успішності бренду;

вміти:

- здійснювати обґрунтований вибір виду та концепції персонального бренду;
- формувати персональний бренд;
- здійснювати обґрунтований вибір інформації та способу її передачі під час просування персонального бренду;
- проводити позиціонування та публічну презентацію власного ділового іміджу;

ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН

№ п/п	Тематика курсу	Лекції	Практичні (семінарські, лабораторні, півгрупові)	Самостійна робота
1	Тема 1: Суть, поняття та розвиток бренду та персонального бренду	2	4	8
2	Тема 2: Створення персонального бренду: загальні уявлення	2	4	7
3	Тема 3: Алгоритм побудови персонального бренду	2	4	7
4	Тема 4: Візуальна ідентичність персонального бренду	2	4	7
5	Тема 5: Самопрезентація як елемент персонального бренду	2	4	7
6	Тема 6: Просування особистого бренду	2	4	7
7	Тема 7: Персональний бренд підприємця, чиновника тощо	2	4	7
8	Тема 8: Ребриндинг особистості та його особливості	2	4	8
9	Тема 9: Експертний статус персонального бренду	2	4	8
	Всього за курсом	18	36	66

Критерії оцінювання:

Шкала оцінювання

Рейтинг здобувача вищої освіти, бали (ECTS)	Оцінка національна за результати складання екзаменів заліків	
	екзамен	залік
90-100 (A)	відмінно	зараховано
82-89 (B)	добре	
75-81(C)		
67-74 (D)		
60-66 (E)	задовільно	
35-59 (FX)		
1-34 (F)	незадовільно	не зараховано

Види робіт. Критерії оцінювання знань студентів		Бали рейтингу	Максимальна кількість балів
Бали опитування на семінарських заняттях (2 бали x 18 занять = 36 балів)			
Критерії оцінювання			2 бали
студент в повному обсязі володіє навчальним матеріалом, вільно самостійно та аргументовано його викладає під час усних виступів та письмових відповідей, глибоко та всебічно розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, використовуючи при цьому обов'язкову та додаткову літературу.			2

студент достатньо повно володіє навчальним матеріалом, обґрунтовано його викладає під час усних виступів та письмових відповідей, в основному розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, використовуючи при цьому обов'язкову літературу. Але при викладанні деяких питань не вистачає достатньої глибини та аргументації, допускаються при цьому окремі несуттєві неточності та незначні помилки.	1,5
студент в цілому володіє навчальним матеріалом викладає його основний зміст під час усних виступів та письмових відповідей, але без глибокого всебічного аналізу, обґрунтування та аргументації, без використання необхідної літератури допускаючи при цьому окремі суттєві неточності та помилки.	1
студент не в повному обсязі володіє навчальним матеріалом. Фрагментарно, поверхово (без аргументації та обґрунтування) викладає його під час усних виступів та письмових відповідей, недостатньо розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, допускаючи при цьому суттєві неточності.	0,5
студент частково володіє навчальним матеріалом не в змозі викласти зміст більшості питань теми під час усних виступів та письмових відповідей, допускаючи при цьому суттєві помилки.	0-0,4
Самостійна робота студентів (СРС)	
(творча робота)	
Критерії оцінювання	12 балів
• робота виконана та захищена згідно вимог та методичних рекомендацій у повному обсязі	12
• робота виконана та захищена з незначними порушеннями вимог та методичних рекомендацій	8-11
• робота виконана згідно вимог та методичних рекомендацій, але не захищена	5-7
• робота не захищена або виконана частково, з порушенням вимог і методичних рекомендацій	2-4
• робота не здана або виконана частково, із значними порушеннями вимог і методичних рекомендацій	0-1
Самостійна робота студентів (СРС)	
(Творчо-пошукова робота)	
Критерії оцінювання	12 балів
• робота виконана та захищена згідно вимог та методичних рекомендацій у повному обсязі	12
• робота виконана та захищена з незначними порушеннями вимог та методичних рекомендацій	8-11
• робота виконана згідно вимог та методичних рекомендацій, але не захищена	5-7
• робота не захищена або виконана частково, з порушенням вимог і методичних рекомендацій	2-4
• робота не здана або виконана частково, із значними порушеннями вимог і методичних рекомендацій	0-1
Іспит з дисципліни	
(10 балів x 4 питання)	
Критерії оцінювання	
Іспит з дисципліни містить питання згідно навчальної програми. Студент відповідає на два питання.	40 балів

Політика оцінювання

Політика щодо дедлайнів та перескладання:	Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку. Перескладання практичних робіт відбувається із дозволу викладача за наявності поважних причин. (наприклад, лікарняний)
Політика щодо академічної доброчесності:	Списування під час контрольних робіт та екзаменів заборонені (в т.ч. із використанням мобільних пристроїв). Творча контрольна, та інші види виконуваних робіт повинні мати коректні текстові посилання на використану літературу та відповідати завданню на виконання
Політика щодо відвідування:	Відвідування занять є обов'язковим. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, міжнародне стажування) навчання може відбуватись індивідуально (в он-лайн формі за погодженням із директором інституту, гарантом ОП).

Академічна доброчесність

Політика та принципи академічної доброчесності визначені у розділі 1 «Положення про академічну доброчесність в ЧНУ імені Петра Могили». Детальніше: <https://cutt.ly/PgA45Kj>

Процедура оскарження результатів контрольних заходів

Студенти мають можливість підняти будь-яке питання, яке стосується процедури контрольних заходів та очікувати, що воно буде розглянуто згідно із наперед визначеними процедурами. Детальніше: <https://goo.su/2Rtk>

Студенти мають право оскаржити результати контрольних заходів, але обов'язково аргументовано, пояснивши з яким критерієм не погоджуються відповідно до оціночного листа та / або зауважень.

Інклюзивне навчання

Навчальна дисципліна «Персональний брендинг» може викладатися для студентів з особливими освітніми потребами.

Інформаційне забезпечення

1. Олександр Остервальдер, Ів Пінье, Грег Бернарда, Алан Смит. – Розробляємо ціннісні пропозиції. Як створити продукти та послуги, яких хочуть клієнти, 2018. – 348 с.

2. Струтинська І. В. Бренд-менеджмент: теорія і практика. Тернопіль: Принт-офіс, 2015 Електрон. ресурс. Режим доступу: http://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/123456789/7116/6/Navchalno_metodychnyj_pidru_chnyk.pdf

3. Центр гуманітарних технологій. Офіційний сайт. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://gtmarket>.

4. Іваницька, С. Б. Впровадження європейських методик тайм -менеджменту в Україні / С. Б. Іваницька, Т. О. Галайда, Р. М. Толочій // Глобальні та національні проблеми економіки. – 2018. – № 21. – С. 288 -292.

5. Майсюра, О. М. Про ефективність використання особистого часу (до питання тайм -менеджменту) [Текст] / О. М. Майсюра // Актуальні проблеми економіки. – 2010. – N 2. – С. 196 - 201.

Допоміжна:

1. Бренд-менеджмент: навчальний посібник. С.Ф. Смерічевський, С.Є. Петропавловська, О.А. Радченко; Міністерство освіти і науки України, Національний авіаційний університет. – Київ: НАУ, 2019. – 155 с.

2. Арестенко Т.В. Арестенко В.В., Гапоненко Т.М. Бренд-менеджмент: опорний конспект лекцій. – Київ: «ЦП«КОМПРИНТ», 2014. – 24 с.
3. Бренд-менеджмент: теорія і практика.-навч. посібник / укл.: І. В. Струтинська. – Тернопіль: Прінт-офіс, 2015. – 204 с.
4. Григорчук Т.В. Брендинг: навчальний посібник для дистанційного навчання [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://sites.google.com/site/brendingsoccult/branding_in_business_activities/
5. Маркетингові комунікації [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://posibniki.com.ua/post-brending-sutnist-brenda>