



Міністерство освіти і науки України
Національний технічний
університет
«Дніпровська політехніка»



Кафедра маркетингу

«ЗАТВЕРДЖЕНО»
завідувач кафедри маркетингу
к.е.н., доц. Куваєва Т.В. 
«14» листопада 2025 року

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
«ПЕРСОНАЛЬНИЙ БРЕНДИНГ»

Галузь знань	Усі
Спеціальність	Усі
Рівень вищої освіти	перший (бакалаврський)
Статус	вибіркова (Soft Skills)
Загальний обсяг	4 кредити ЄКТС (120 годин)
Форма підсумкового контролю	Диференційований залік
Термін викладання	5 семестр, 9, 10 чверті
Мова викладання	українська

Викладач: доц. Морозова Є.П.

Пролонговано: на 20__/20__ н.р. _____ (_____) «__» ____ 20__ р.
(підпис, ПІБ, дата)
на 20__/20__ н.р. _____ (_____) «__» ____ 20__ р.
(підпис, ПІБ, дата)

Дніпро
НТУ «ДП»
2025

Робоча програма навчальної дисципліни «Персональний брендинг» для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти усіх освітньо-професійних програм університету третього року навчання / Нац. техн. ун-т. «Дніпровська політехніка», каф. маркетингу. Д.: НТУ «ДП», 2025. 13 с.

Розробниця:

- Морозова Євгенія Петрівна, кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри маркетингу.

Робоча програма регламентує:

- мету дисципліни;
- дисциплінарні результати навчання;
- базові дисципліни (за наявності);
- обсяг і розподіл за формами організації освітнього процесу та видами навчальних занять;
- програму дисципліни (тематичний план за видами навчальних занять);
- алгоритм оцінювання рівня досягнення дисциплінарних результатів навчання (шкали, засоби, процедури та критерії оцінювання);
- інструменти, обладнання та програмне забезпечення;
- рекомендовані джерела інформації.

Робоча програма призначена для реалізації компетентнісного підходу під час планування освітнього процесу, викладання дисципліни, підготовки здобувачів до контрольних заходів, контролю провадження освітньої діяльності, внутрішнього та зовнішнього контролю забезпечення якості вищої освіти, акредитації освітніх програм.

ЗМІСТ

1. МЕТА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ	4
2. ОЧІКУВАНІ ДИСЦИПЛІНАРНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ	4
3. БАЗОВІ ДИСЦИПЛІНИ	4
4. ОБСЯГ І РОЗПОДІЛ ЗА ФОРМАМИ ОРГАНІЗАЦІЇ ОСВІТНЬОГО ПРОЦЕСУ ТА ВИДАМИ НАВЧАЛЬНИХ ЗАНЯТЬ	4
5. ПРОГРАМА ДИСЦИПЛІНИ ЗА ВИДАМИ НАВЧАЛЬНИХ ЗАНЯТЬ	5
6. ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ	6
6.1. Шкали	6
6.2. Засоби та процедури	6
6.3. Критерії	7
7. ІНСТРУМЕНТИ, ОБЛАДНАННЯ ТА ПРОГРАМНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ	11
8. РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ	11

1. МЕТА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Мета дисципліни – сформувати у здобувачів освіти систему знань і практичних навичок зі створення, розвитку та управління власним персональним брендом, усвідомленого позиціонування себе в професійному середовищі, ефективної самопрезентації та підвищення конкурентоспроможності на ринку праці.

2. ОЧІКУВАНІ ДИСЦИПЛІНАРНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ

Шифр ДРН	Дисциплінарні результати навчання (ДРН)
	Зміст
ДРН-01	знати сутність, принципи та складові персонального брендингу;
ДРН-02	знати основні інструменти та канали формування персонального бренду
ДРН-03	вміти формувати позиціонування та унікальну ціннісну пропозицію особистого бренду
ДРН-04	вміти розробляти стратегію персонального брендингу
ДРН-05	аналізувати та планувати комунікаційну поведінку особистого бренду в офлайн- та онлайн-середовищі;
ДРН-06	оцінювати ефективність персонального бренду та коригувати стратегію його розвитку.

3. БАЗОВІ ДИСЦИПЛІНИ

Базовими дисциплінами є освітні компоненти, що вивчалися здобувачами на першому (бакалаврському) рівні вищої освіти, які формують компетентності зі здатності до ініціативності, відповідальності та навичок щодо безпечної діяльності майбутнього профілю роботи.

4. ОБСЯГ І РОЗПОДІЛ ЗА ФОРМАМИ ОРГАНІЗАЦІЇ ОСВІТНЬОГО ПРОЦЕСУ ТА ВИДАМИ НАВЧАЛЬНИХ ЗАНЯТЬ

Вид навчальних занять	Розподіл за формами навчання, години				
	денна			заочна	
	обсяг	аудиторні заняття	самостійна робота	аудиторні заняття	самостійна робота
лекційні	60	26	34	6	54
практичні	60	26	34	4	56
РАЗОМ	120	52	68	10	110

5. ПРОГРАМА ДИСЦИПЛІНИ ЗА ВИДАМИ НАВЧАЛЬНИХ ЗАНЯТЬ

Шифри ПР	Види та тематика навчальних занять	Обсяг складових , години
	ЛЕКЦІЇ	60
ДРН-01 ДРН-02 ДРН-04 ДРН-05	Тема 1. Актуальність і сучасна практика застосування понять «Бренд», «Брендинг», «Бренд-менеджмент». 1.1. Історичні витоки поняття «бренд». 1.2. Сучасне розуміння бренду. 1.3. Сутність брендингу та його завдання 1.4. Бренд-менеджмент у системі маркетингу.	12
ДРН-01 ДРН-02 ДРН-04 ДРН-05	Тема 2 Співвідношення понять сутності і характерних ознак «Позиціонування бренду», «Позиція бренду», «Ідентичність бренду», «Імідж бренду» в сучасній підприємницькій діяльності. 2.1. Актуальність проблематики бренду в сучасному бізнесі. 2.2. Сутність та характерні ознаки позиціонування бренду. 2.3. Позиція бренду як результат реалізації стратегії позиціонування. 2.4. Ідентичність бренду: складові та значення. 2.5. Імідж бренду: фактори формування та вплив на ринок.	12
ДРН-01 ДРН-02 ДРН-03 ДРН-04 ДРН-05 ДРН-06	Тема 3. Створення персонального бренду. 3.1. Чому персональний бренд стає важливим у сучасному світі. 3.2. Процес розробки бренду: основні етапи. 3.3. Атрибути персонального бренду. 3.4. Структура бренду: відчутні та невідчутні характеристики, раціональні та емоційні переваги. 3.5. Моделі створення бренду.	12
ДРН-01 ДРН-04 ДРН-05 ДРН-06	Тема 4. Технології кар'єрного просування. 4.1. Значення кар'єрного просування та популярності персонального бренду. 4.2. Структура індустрії популярності. 4.3. Сфери, де можна домогтися популярності. 4.4. Види маркетингової стратегії персонального бренду.	12
ДРН-01 ДРН-04 ДРН-05 ДРН-06	Тема 5. Особливості комунікаційної програми персонального бренду. 5.1. Роль комунікаційної програми у формуванні персонального бренду. 5.2. Основні компоненти комунікаційної програми. 5.3. Канали та інструменти комунікації персонального бренду. 5.4. Принципи побудови ефективної комунікаційної програми. 5.5. Стратегії інтеграції контенту та іміджу. 5.6. Вимірювання ефективності та моніторинг результатів.	12

	ПРАКТИЧНІ ЗАНЯТТЯ	60
ДРН-01 ДРН-02 ДРН-03 ДРН-04 ДРН-05 ДРН-06	Тема 1. Виникнення і розвиток брендингу. Сутність і зміст поняття «бренд». Класифікація брендів. Система ідентичності бренду.	6
	Тема 2. Бренд-платформа побудови персонального бренду..	6
	Тема 3. Позиціонування персонального бренду.	6
	Тема 4. SWOT і SNW аналізи персонального бренду.	6
	Тема 5. Вибір і формування маркетингової стратегії просування персонального бренду.	6
	Тема 6. Визначення ключових показників (KPI) ефективності персонального бренду.	8
	Тема 7. Розробка системи формування та управління комплексом personal marketing mix в процесі реалізації власного стратегічного брендингу.	8
	Тема 8. Моніторинг, діагностика і аналіз стану розвитку персонального бренду.	8
	Тема 9. Розробка особистого плану маркетингу з формування, реалізації та контролю власного бренд-менеджменту.	6
РАЗОМ		120

6. СИСТЕМА ОЦІНЮВАННЯ ТА ВИМОГИ

Сертифікація досягнень студентів здійснюється за допомогою прозорих процедур, що ґрунтуються на об'єктивних критеріях відповідно до Положення університету «Про оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти».

Досягнутий рівень компетентностей відносно очікуваних, що ідентифікований під час контрольних заходів, відображає реальний результат навчання студента за дисципліною.

6.1. Шкали

Оцінювання навчальних досягнень здобувачів НТУ «ДП» здійснюється за рейтинговою (100-бальною) та інституційною шкалами. Остання необхідна (за офіційною відсутністю національної шкали) для конвертації (переведення) оцінок мобільних здобувачів.

Шкали оцінювання навчальних досягнень здобувачів НТУ «ДП»

Рейтингова	Інституційна
90...100	відмінно / Excellent
74...89	добре / Good
60...73	задовільно / Satisfactory
0...59	незадовільно / Fail

Кредити навчальної дисципліни зараховуються, якщо здобувач отримав підсумкову оцінку не менше 60-ти балів. Нижча оцінка вважається академічною заборгованістю, що підлягає ліквідації відповідно до Положення про організацію освітнього процесу НТУ «ДП».

6.2. Засоби та процедури

Зміст засобів діагностики спрямовано на контроль рівня сформованості знань, умінь, комунікації, автономності та відповідальності здобувачів за вимогами НРК до 6-го кваліфікаційного рівня під час демонстрації регламентованих робочою програмою результатів навчання.

Здобувачі на контрольних заходах мають виконувати завдання, орієнтовані на демонстрацію дисциплінарних результатів навчання.

Засоби діагностики, що надаються здобувачам на контрольних заходах у вигляді завдань для поточного та підсумкового контролю, формуються шляхом конкретизації вихідних даних та способу демонстрації дисциплінарних результатів навчання.

Засоби діагностики (контрольні завдання) для поточного та підсумкового контролю дисципліни затверджуються кафедрою.

Види засобів діагностики та процедур оцінювання для поточного та підсумкового контролю дисципліни подано нижче.

Засоби діагностики та процедури оцінювання

ПОТОЧНИЙ КОНТРОЛЬ			ПІДСУМКОВИЙ КОНТРОЛЬ	
навчальне заняття	засоби діагностики	процедури	засоби діагностики	процедури
лекції	контрольні завдання за кожною темою	відповіді на контрольні запитання	комплексна контрольна робота (ККР)	визначення середньозваженого результату поточних контролів
практичні	контрольні завдання за кожною темою	виконання завдань під час практичних занять		виконання ККР під час заліку за бажанням студента

Під час поточного контролю лекційні заняття оцінюються шляхом визначення якості виконання контрольних конкретизованих завдань. Практичні заняття оцінюються шляхом якості виконання контрольних завдань за кожною темою.

Якщо зміст певного виду занять підпорядковано декільком складовим опису кваліфікаційного рівня за НРК, то інтегральне значення оцінки може визначатися з урахуванням вагових коефіцієнтів, що встановлюються викладачем.

За наявності рівня результатів поточних контролів з усіх видів навчальних занять не менше 60 балів, підсумковий контроль здійснюється без участі студента шляхом визначення середньозваженого значення поточних оцінок.

Незалежно від результатів поточного контролю кожен студент під час заліку має право виконувати ККР, яка містить завдання, що охоплюють ключові дисциплінарні результати навчання.

Кількість конкретизованих завдань ККР повинна відповідати відведеному часу на виконання. Кількість варіантів ККР має забезпечити індивідуалізацію завдання.

Значення оцінки за виконання ККР визначається середньою оцінкою складових (конкретизованих завдань) і є остаточним.

Інтегральне значення оцінки виконання ККР може визначатися з урахуванням вагових коефіцієнтів, що встановлюється кафедрою для кожної складової опису кваліфікаційного рівня за НРК.

6.3. Критерії

Реальні результати навчання студента ідентифікуються та вимірюються відносно очікуваних під час контрольних заходів за допомогою критеріїв, що описують дії студента для демонстрації досягнення результатів навчання.

Для оцінювання виконання контрольних завдань під час поточного контролю лекційних і практичних занять в якості критерію використовується коефіцієнт засвоєння, що автоматично адаптує показник оцінки до рейтингової шкали:

$$O_i = 100 a/m,$$

де a – число правильних відповідей або виконаних суттєвих операцій відповідно до еталону рішення; m – загальна кількість запитань або суттєвих операцій еталону.

Індивідуальні завдання та комплексні контрольні роботи оцінюються експертно за допомогою критеріїв, що характеризують співвідношення вимог до рівня компетентностей і показників оцінки за рейтинговою шкалою.

Зміст критеріїв спирається на компетентнісні характеристики, визначені НРК для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти (подано нижче).

Загальні критерії досягнення результатів навчання для 6-го кваліфікаційного рівня за НРК

Опис кваліфікаційного рівня	Вимоги до знань, умінь/навичок, комунікації, відповідальності і автономії	Показник оцінки
Знання		
□ концептуальні наукові та практичні знання, критичне осмислення теорій, принципів, методів і понять у сфері професійної діяльності та/або навчання	Відповідь відмінна – правильна, обґрунтована, осмислена. Характеризує наявність: - концептуальних знань; - високого ступеню володіння станом питання; - критичного осмислення основних теорій, принципів, методів і понять у навчанні та професійній діяльності	95-100
	Відповідь містить негрубі помилки або описки	90-94
	Відповідь правильна, але має певні неточності	85-89
	Відповідь правильна, але має певні неточності й недостатньо обґрунтована	80-84
	Відповідь правильна, але має певні неточності, недостатньо обґрунтована та осмислена	74-79
	Відповідь фрагментарна	70-73
	Відповідь демонструє нечіткі уявлення студента про об'єкт вивчення	65-69
	Рівень знань мінімально задовільний	60-64
	Рівень знань незадовільний	<60

Опис кваліфікаційного рівня	Вимоги до знань, умінь/навичок, комунікації, відповідальності і автономії	Показник оцінки
Уміння/навички		
□ поглиблені когнітивні та практичні уміння/навички, майстерність та інноваційність на рівні, необхідному для розв'язання складних спеціалізованих задач і практичних проблем у сфері професійної діяльності або навчання	Відповідь характеризує уміння: - виявляти проблеми; - формулювати гіпотези; - розв'язувати проблеми; - обирати адекватні методи та інструментальні засоби; - збирати та логічно й зрозуміло інтерпретувати інформацію; - використовувати інноваційні підходи до розв'язання завдання	95-100
	Відповідь характеризує уміння/навички застосовувати знання в практичній діяльності з негрубими помилками	90-94
	Відповідь характеризує уміння/навички застосовувати знання в практичній діяльності, але має певні неточності при реалізації однієї вимоги	85-89
	Відповідь характеризує уміння/навички застосовувати знання в практичній діяльності, але має певні неточності при реалізації двох вимог	80-84
	Відповідь характеризує уміння/навички застосовувати знання в практичній діяльності, але має певні неточності при реалізації трьох вимог	74-79
	Відповідь характеризує уміння/навички застосовувати знання в практичній діяльності, але має певні неточності при реалізації чотирьох вимог	70-73
	Відповідь характеризує уміння/навички застосовувати знання в практичній діяльності при виконанні завдань за зразком	65-69
	Відповідь характеризує уміння/навички застосовувати знання при виконанні завдань за зразком, але з неточностями	60-64
	рівень умінь/навичок незадовільний	<60
Комунікація		
□ донесення до фахівців і нефахівців інформації, ідей, проблем, рішень, власного досвіду та аргументації; □ збір, інтерпретація та застосування даних; □ спілкування з професійних питань, у тому числі іноземною мовою, усно та письмово	Вільне володіння проблематикою галузі. Зрозумілість відповіді (доповіді). Мова: - правильна; - чиста; - ясна; - точна; - логічна; - виразна; - лаконічна. Комунікаційна стратегія: - послідовний і несуперечливий розвиток думки; - наявність логічних власних суджень; - доречна аргументації та її відповідність відстоюваним положенням; - правильна структура відповіді (доповіді); - правильність відповідей на запитання; - доречна техніка відповідей на запитання; - здатність робити висновки та формулювати пропозиції	95-100
	Достатнє володіння проблематикою галузі з незначними хибами.	90-94

Опис кваліфікаційного рівня	Вимоги до знань, умінь/навичок, комунікації, відповідальності і автономії	Показник оцінки
	Достатня зрозумілість відповіді (доповіді) з незначними хибами. Доречна комунікаційна стратегія з незначними хибами	
	Добре володіння проблематикою галузі. Добра зрозумілість відповіді (доповіді) та доречна комунікаційна стратегія (сумарно не реалізовано три вимоги)	85-89
	Добре володіння проблематикою галузі. Добра зрозумілість відповіді (доповіді) та доречна комунікаційна стратегія (сумарно не реалізовано чотири вимоги)	80-84
	Добре володіння проблематикою галузі. Добра зрозумілість відповіді (доповіді) та доречна комунікаційна стратегія (сумарно не реалізовано п'ять вимог)	74-79
	Задовільне володіння проблематикою галузі. Задовільна зрозумілість відповіді (доповіді) та доречна комунікаційна стратегія (сумарно не реалізовано сім вимог)	70-73
	Часткове володіння проблематикою галузі. Задовільна зрозумілість відповіді (доповіді) та комунікаційна стратегія з хибами (сумарно не реалізовано дев'ять вимог)	65-69
	Фрагментарне володіння проблематикою галузі. Задовільна зрозумілість відповіді (доповіді) та комунікаційна стратегія з хибами (сумарно не реалізовано 10 вимог)	60-64
	Рівень комунікації незадовільний	<60
Відповідальність і автономія		
☐ управління складною технічною або професійною діяльністю чи проектами; ☐ спроможність нести відповідальність за вироблення та ухвалення рішень у непередбачуваних робочих та/або навчальних контекстах; ☐ формування суджень, що враховують соціальні, наукові та етичні аспекти; ☐ організація та керівництво професійним розвитком осіб та груп;	Відмінне володіння компетенціями менеджменту особистості, орієнтованих на: 1) управління комплексними проектами, що передбачає: - дослідницький характер навчальної діяльності, позначена вмінням самостійно оцінювати різноманітні життєві ситуації, явища, факти, виявляти і відстоювати особисту позицію; - здатність до роботи в команді; - контроль власних дій; 2) відповідальність за прийняття рішень в непередбачуваних умовах, що включає: - обґрунтування власних рішень положеннями нормативної бази галузевого та державного рівнів; - самостійність під час виконання поставлених завдань; - ініціативу в обговоренні проблем; - відповідальність за взаємовідносини; 3) відповідальність за професійний розвиток окремих осіб та/або груп осіб, що передбачає: - використання професійно-орієнтованих навичок; - використання доказів із самостійною і правильною аргументацією; - володіння всіма видами навчальної діяльності; 4) здатність до подальшого навчання з високим рівнем автономності, що передбачає:	95-100

Опис кваліфікаційного рівня	Вимоги до знань, умінь/навичок, комунікацій, відповідальності і автономії	Показник оцінки
□ здатність продовжувати навчання із значним ступенем автономії	- ступінь володіння фундаментальними знаннями; - самостійність оцінних суджень; - високий рівень сформованості загальнонавчальних умінь і навичок; - самостійний пошук та аналіз джерел інформації	
	Упевнене володіння компетенціями менеджменту особистості (не реалізовано дві вимоги)	90-94
	Добре володіння компетенціями менеджменту особистості (не реалізовано три вимоги)	85-89
	Добре володіння компетенціями менеджменту особистості (не реалізовано чотири вимоги)	80-84
	Добре володіння компетенціями менеджменту особистості (не реалізовано шість вимог)	74-79
	Задовільне володіння компетенціями менеджменту особистості (не реалізовано сім вимог)	70-73
	Задовільне володіння компетенціями менеджменту особистості (не реалізовано вісім вимог)	65-69
	Рівень відповідальності і автономії фрагментарний	60-64
	Рівень відповідальності і автономії незадовільний	<60

7. ІНСТРУМЕНТИ, ОБЛАДНАННЯ ТА ПРОГРАМНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

На навчальних заняттях здобувачі повинні мати: гаджети з можливістю підключення до Інтернету; перевірений доступ до застосунків Microsoft Office: Teams, Moodle; інстальований на ПК та /або мобільних гаджетах пакет програм Microsoft Office (Word, Power Point); активований акаунт університетської пошти (student.i.p.@nmu.one) на Office365, доступ до безкоштовної платформи Canva, мобільних додатків Instagram, Facebook, LinkedIn.

8. РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ

1. Міллер Д. Створи StoryBrand. Розкажи історію бренду і тебе почують. Харків : Віват, 2022. 240 с.

2. Монтрін І. І. Особливості формування персонального бренду // Брендменеджмент: маркетингові технології [Електронне видання] : Матеріали III Міжнар. наук.-практ. конф. (Київ, 11 березня 2021 р.) / відп. ред. А.А. Мазаракі. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2021. С. 199-201.

3. Персональний бренд: це важливо знати. URL: <https://buduysvoe.com/publications/personalnyy-brend-ce-vazhlyvo-znaty>

4. Примич А. О. Комунікаційні можливості інфлюенс-маркетингу у соціальних мережах. // Інноваційні ідеї та креативні проєкти в цифровій екосистемі : зб. доп. 88-ї наукової студентської конференції, 12–18 травня 2021 р. Київ, КНЕУ, 2021. С. 89- 91.

5. Помаз О. М. Концепція персонального бренду, його ідентифікація і позиціювання / О.М. Помаз, О.О.Товкайло, О.І.Стеценко. Наукові праці Полтавської державної аграрної академії. 2015. Випуск 2 (11). Економічні науки. С.204-209.

6. Чабан Т. Персональний брендинг. URL: <http://elartu.tntu.edu.ua/handle/lib/26172>.

7. Траут Дж., Рівкін С. Диферінційся або помри Виживання в епоху вбивчої конкуренції / Джек Траут, Стів Рівкін – Харків: Фабула, 2019. – 240с.

8. Шинкаренко Н. Digital маркетинг: інфлюенсери в 2020 році / В. Пономарева, Н. Шинкаренко // 14 Міжнародна наукова-практична конференція «B2B MARKETING» 2020. С. 49–50.

9. Як побудувати персональний бренд: план дій від Ярослави Гресь. URL <https://www.epravda.com.ua/publications/2019/10/19/652732/>.

10. Яніцька І. Особливості формування персонального бренду (на прикладі ФОП “Діана Кебас Анатоліївна”). URL: <http://rep.knlu.edu.ua/xmlui/bitstream/handle/787878787/2010/Яніцька.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

**«Персональний брендинг»
для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
усіх спеціальностей третього року навчання**

Розробниця:
Морозова Євгенія Петрівна

В редакції авторки

Підготовлено до виходу в світ
у Національному технічному університеті
«Дніпровська політехніка».
Свідоцтво про внесення до Державного реєстру ДК № 1842
49005, м. Дніпро, просп. Д. Яворницького, 19