

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «ПЕРСОНАЛЬНИЙ БРЕНДИНГ»



Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Освітньо-професійна програма	Усі
Загальний обсяг	4 кредити ЄКТС
Тривалість викладання	5 семестр, 9, 10 чверті
Обсяг навчальних занять	120 год.
у т.ч. аудиторні заняття	4 год/тиждень
лекції	2 години
практичні	2 години
Мова викладання	українська

Кафедра, що викладає: Маркетингу

Сторінка курсу в СДО НТУ «ДП»:

<https://do.nmu.org.ua/course/view.php?id=7453>

Консультації: за окремим розкладом, погодженим зі здобувачами вищої освіти

Онлайн-консультації: Microsoft Teams – команда «Персональний брендинг»

Інформація про викладача:



Морозова Євгенія Петрівна

доцент, кандидат економічних наук

Персональна сторінка:

<https://mk.nmu.org.ua/ua/kaff/morozova.php>

E-mail:

Morozova.Ye.P@nmu.one

1. АНОТАЦІЯ ДО КУРСУ

Дисципліна «Персональний брендинг» спрямована на формування у здобувачів вищої освіти системного розуміння теорії та практики створення, розвитку й управління персональним брендом у сучасному конкурентному інформаційному середовищі. Курс розкриває сутність і еволюцію брендингу, особливості формування «Я-бренду», механізми персональної ідентичності, позиціонування та стратегічного просування особистості як бренду.

Курс має практикоорієнтований характер і передбачає розробку індивідуального плану персонального брендингу, що сприяє розвитку професійної самопрезентації, конкурентоспроможності та здатності ефективно позиціонувати себе на ринку праці та в публічному просторі.

2. МЕТА ТА ЗАВДАННЯ 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.

Основними завданнями вивчення дисципліни «Персональний брендинг» є:

- формувати розуміння сутності та ролі персонального брендингу в професійному розвитку;
- володіти інструментами самопізнання, позиціонування та побудови унікальної ціннісної пропозиції;
- розвивати навичок ефективної самопрезентації та публічної комунікації;
- створювати та просувати персональний бренд в офлайн- та онлайн-середовищі;
- формувати відповідального та етичного підходу до управління власною репутацією;
- розвивати критичного мислення щодо власного професійного образу та кар'єрної стратегії.

3. РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ

В результаті вивчення навчальної дисципліни «Персональний брендинг», що є вибірковою дисципліною, студенти мають досягнути таких дисциплінарних результатів навчання:

- знати сутність, принципи та складові персонального брендингу;
- знати основні інструменти та канали формування персонального бренду;
- вміти формувати позиціонування та унікальну ціннісну пропозицію особистого бренду;
- вміти розробляти стратегію персонального брендингу;
- аналізувати та планувати комунікаційну поведінку особистого бренду в офлайн- та онлайн-середовищі;
- оцінювати ефективність персонального бренду та коригувати стратегію його розвитку.

4. СТРУКТУРА КУРСУ

Лекції

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.

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.

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.

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.

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.

Практичні заняття

Тема 1. Виникнення і розвиток брендингу. Сутність і зміст поняття «бренд». Класифікація брендів. Система ідентичності бренду.

Тема 2. Бренд-платформа побудови персонального бренду.

Тема 3. Позиціонування персонального бренду.

Тема 4. SWOT і SNW аналізи персонального бренду.

Тема 5. Вибір і формування маркетингової стратегії просування персонального бренду.

Тема 6. Визначення ключових показників (KPI) ефективності персонального бренду.

Тема 7. Розробка системи формування та управління комплексом personal marketing mix в процесі реалізації власного стратегічного брендингу.

Тема 8. Моніторинг, діагностика і аналіз стану розвитку персонального бренду.

Тема 9. Розробка особистого плану маркетингу з формування, реалізації та контролю власного бренд-менеджменту.

Інформація для здобувачів заочної форми навчання. На сайті НТУ «ДП» розміщено графік навчального процесу. Протягом року передбачено заняття з викладачем відповідно до розкладу: 6 год. лекційних занять, 4 год. практичних

занять, решту практичних завдань здобувач опановує самостійно. Здобувачі заочної форми навчання виконують передбачені навчальним планом індивідуальні завдання (контрольні роботи, практичні завдання, презентації, тестові завдання) та подають їх на кафедри на початку сесії, обов'язково до проведення контрольних заходів з дисципліни. Умови завдань розміщено на сторінці курсу на платформі Moodle. Форма контролю – диференційований залік.

5. ТЕХНІЧНЕ ОБЛАДНАННЯ ТА/АБО 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.

6. СИСТЕМА ОЦІНЮВАННЯ ТА ВИМОГИ

Оцінювання досягнень здобувачів здійснюється за допомогою прозорих процедур, що ґрунтуються на об'єктивних критеріях відповідно до Положення університету «Про оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти», <http://surl.li/bgruz>. Досягнутий рівень компетентностей відносно очікуваних, що ідентифікований під час контрольних заходів, відображає реальний результат навчання здобувача 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.

6.2. Засоби та процедури

6.2. Здобувачі вищої освіти можуть отримати підсумкову оцінку з навчальної дисципліни на підставі поточного оцінювання знань за умови, якщо набрана кількість балів з поточного контролю та самостійної роботи складатиме не менше 60 балів.

Теоретична частина оцінюється за результатами здачі 2 тестових контрольних робіт, кожна з яких містить тестові запитання різного рівня складності. Загалом за 2 контрольні тестові роботи отримується максимум 46 балів, тобто 46 % від загальної оцінки за дисципліну.

Практична робота у вигляді індивідуального завдання (містить 9 практичних завдань) зараховується як 54 % (максимум 60 балів). У сумі за практичну частину курсу при поточному оцінюванні отримується максимум 60 балів.

Отримані бали за теоретичну частину та практичну роботу додаються і є підсумковою оцінкою за вивчення навчальної дисципліни. Максимально за поточною успішністю здобувач вищої освіти може набрати 100 балів.

Максимальне оцінювання поточного контролю в балах:

Теоретична частина	Практична частина	Разом
46	54	100

Підсумкове оцінювання (якщо здобувач вищої освіти набрав менше 60 балів та/або прагне поліпшити оцінку)	Диференційований залік відбувається у письмовій формі, білети складаються з 25 тестових запитань, два кейсових завдання. Кожний тест має один правильний варіант відповіді. Правильна відповідь на запитання тесту оцінюється у 2 бали. Повна відповідь на кожне кейсове завдання оцінюється у 25 балів. Максимальна кількість балів за диференційований залік: 100
Практичні заняття	Кожен/кожна здобувач/ка повинен/повинна підготувати та захистити 9 практичних завдань відповідно до тем практичних занять дисципліни. Захист завдань здійснюється під час практичних занять у формі презентацій, виконання кейсів та групових проєктів. Кожне практичне завдання оцінюється у 6 балів. Максимальна кількість балів за практичні заняття – 54 бали (9 завдань × 6 балів). У межах практичних занять передбачено: (групові та індивідуальні завдання, презентації власних проєктів (елементів персонального бренду), розгляд та обговорення кейсів і відекейсів, відпрацювання навичок індивідуальної та командної роботи.) Оцінювання здійснюється з урахуванням рівня підготовки, якості виконання практичного завдання, аргументованості рішень, креативності та активності здобувача/ки під час обговорення.
Контрольні роботи	Охоплюють матеріали практичного курсу. Містять тести та відкриті запитання. Максимально оцінюються у 46 бали (2 контрольні роботи × 23 бали/контрольна робота).

Контрольна робота охоплює матеріали практичного курсу та складається:

- 13 тестових питань – по 1 балу за кожне (максимум 13 балів);
- 2 відкритих завдань – по 5 балів за кожне (максимум 10 балів).

Загальна максимальна кількість балів за одну контрольну роботу – 23 бали.

Критерії оцінювання відкритого завдання (1–5 балів):

5 балів. Відповідь повна, логічно структурована та аргументована. Продемонстровано глибоке розуміння теми, коректне використання професійної термінології, наведено приклади або елементи аналізу. Висновки чіткі та обґрунтовані.

4 бали. Відповідь загалом правильна та змістовна, але містить незначні

неточності або недостатню аргументацію. Термінологія використовується правильно, структура відповіді збережена.

3 бали. Відповідь частково правильна. Тема розкрита поверхнево, аргументація слабка, відсутні приклади або логічні висновки. Можливі помилки у використанні термінів.

2 бали. Відповідь фрагментарна, містить суттєві помилки. Продemonстровано слабе розуміння питання, відсутня логіка викладу та аргументація.

1 бал. Відповідь мінімальна або формальна. Відсутнє розуміння суті питання, значні помилки у змісті або логіці викладу.

6.3. Критерії оцінювання підсумкової роботи.

У випадку, якщо здобувач за поточною успішністю отримав менше 60 балів та/або прагне поліпшити оцінку проводиться підсумкове оцінювання (екзамен) під час сесії.

Диференційований залік відбувається у письмовій формі. Білет складається з:

- 25 тестових запитань, кожне з яких має один правильний варіант відповіді;
- 2 кейсових завдань.

Правильна відповідь на одне тестове запитання оцінюється у 2 бали (максимум за тести – 50 балів).

Повна відповідь на кожне кейсове завдання оцінюється у 25 балів (максимум за кейсові завдання – 50 балів).

Максимальна кількість балів за диференційований залік – 100 балів.

Критерії оцінювання кейсового завдання (0–25 балів, крок 5 балів):

21–25 балів. Кейсове завдання виконано повністю та аргументовано. Продemonстровано глибоке розуміння ситуації, системний аналіз проблеми, обґрунтовані та практично орієнтовані рішення. Відповідь логічно структурована, використано професійну термінологію, сформульовано чіткі висновки.

16–20 балів. Кейс проаналізовано загалом правильно. Основні проблеми визначені, запропоновані доцільні рішення, але глибина аналізу або аргументація недостатні. Можливі незначні неточності, логіка викладу здебільшого збережена.

6–15 балів. Продemonстровано часткове розуміння кейсу. Аналіз ситуації поверхневий, ключові проблеми визначені неповністю. Запропоновані рішення недостатньо аргументовані або частково не відповідають умовам завдання. Структура відповіді порушена, термінологія використовується обмежено.

1–5 балів. Кейсове завдання виконано формально або фрагментарно. Відповідь не розкриває суті проблеми, відсутній аналіз ситуації, допущені грубі змістові помилки. Запропоновані рішення загальні, не пов'язані з умовами кейсу або відсутні.

0 балів. Кейсове завдання не виконано або відповідь не відповідає умовам завдання.

6.4 Процедура проведення контрольних заходів.

Контрольні заходи з дисципліни будуть здійснені згідно з графіком навчального процесу, який можна знайти на сайті університету. Процедуру виконання завдань поточного контролю викладач оголошує на першому занятті або заздалегідь. За результатами поточного контролю студент може отримати найвищу оцінку у 100 балів, з'явитися на заняття, коли проводиться комплексна контрольна робота та отримати оцінку. Якщо оцінка поточного контролю не влаштовує, то студент може виконати комплексну контрольну роботу і також отримати максимально 100 балів.

Присутність на контрольних заходах сторонніх осіб без дозволу ректора, проректора або декана факультету не допускається. Під час комплексної контрольної роботи користуватися допоміжними засобами заборонено. Комплексна контрольна робота проходить за розкладом.

Детально процедуру проведення контрольних заходів можна знайти у Положенні про організацію освітнього процесу, Положенні про оцінювання результатів навчання
https://www.nmu.org.ua/ua/content/activity/us_documents/education_scientific_documents.php.

7. ПОЛІТИКА КУРСУ

7.1. Політика щодо академічної доброчесності

Академічна доброчесність здобувачів вищої освіти є важливою умовою для опанування результатами навчання за дисципліною і отримання задовільної оцінки з поточного та підсумкового контролів. Академічна доброчесність базується на засудженні практик списування (виконання письмових робіт із залученням зовнішніх джерел інформації, крім дозволених для використання), плагіату (відтворення опублікованих текстів інших авторів без зазначення авторства), фабрикації (вигадування даних чи фактів, що використовуються в освітньому процесі). Політика щодо академічної доброчесності регламентується «Положенням про систему запобігання та виявлення плагіату у Національному технічному університеті «Дніпровська політехніка»», та Кодексу академічної доброчесності Національного технічного університету «Дніпровська політехніка» <https://surl.li/nleywg>.

У разі порушення здобувачем вищої освіти академічної доброчесності (списування, плагіат, фабрикація), робота оцінюється незадовільно та має бути виконана повторно. При цьому викладач залишає за собою право змінити тему завдання.

7.2. Комунікаційна політика.

Здобувачі вищої освіти повинні мати активовану університетську пошту.

Обов'язком здобувача вищої освіти є перевірка один раз на день (щодня) поштової скриньки на Office365 та відвідування групи у Teams.

Протягом самостійної роботи обов'язком здобувача вищої освіти є робота з дистанційним курсом «Персональний брендинг».

Усі письмові запитання до викладачів стосовно курсу мають надсилатися на університетську електронну пошту, групу MS Teams, дистанційну платформу Moodle.

7.3. Політика щодо перескладання

Повторне складання підсумкового контролю з дисципліни, коли студент отримав оцінку «незадовільно» (нижче 60-ти балів), допускається не більше двох разів. Спроби студента виправити оцінку й не допустити академічної заборгованості обмежуються терміном в один місяць після закінчення екзаменаційної сесії. Прийом першої перездачі здійснюється викладачем, який викладав матеріал навчальної дисципліни.

Прийом другої – комісією у складі трьох осіб: викладача, який викладав дисципліну; завідувача кафедри; представника деканату або викладача кафедри. Рішення комісії є остаточним.

У разі підтвердження комісією оцінки «незадовільно» або неявки студента на засідання комісії без поважних причин, комісія сповіщає про це декана факультету (директора інституту) для підготовки наказу ректора про відрахування студента за академічну неуспішність або визначення умов повторного вивчення цієї дисципліни.

Студенти заочної форми навчання повинні ліквідувати академічну заборгованість до початку наступної сесії.

7.4. Відвідування занять

З 24.02.2022 реалізація освітньої діяльності відбувається в умовах правового режиму воєнного стану. Наявна низка небезпек: повітряні тривоги, ризики припинення енергозабезпечення, мобільного та Інтернет-зв'язку. Згідно з наказами по університету у 2025-2026 навчальному році освітня діяльність здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти всіх форм навчання здійснюється з використанням дистанційних технологій через синхронні та асинхронні комунікації.

Відвідування онлайн лекцій та практичних занять реалізується через приєднання до «команди» Microsoft Teams. Під час повітряної тривоги заняття перериваються і продовжуються лише за умов перебування учасників освітнього процесу у захищених приміщеннях. Викладачем (за технічної та безпекової можливості) здійснюється запис заняття для підтримки асинхронного формату навчання.

У випадках відсутності енергозабезпечення, мобільного та Інтернет-зв'язку викладачем забезпечується асинхронний формат навчання та комунікація зі здобувачами за допомогою каналів зв'язку, що функціонують.

Про причини неможливості взяти участь в онлайн заняттях, ускладненні доступу до матеріалів на дистанційних платформах НТУ «ДП» тощо здобувач вищої освіти має повідомити викладача в особистих повідомленнях чатів Microsoft Teams, або листом на корпоративну е-пошту НТУ «ДП», або через старосту чи представника адміністрації факультету.

7.5. Політика щодо оскарження оцінювання.

Якщо здобувач вищої освіти не згоден з оцінюванням його знань він може оскаржити виставлену викладачем оцінку у встановленому порядку.

7.6. Бонуси.

Здобувачі вищої освіти, які брали участь у конференціях, конкурсах тощо отримують додаткові 5 балів до підсумкової оцінки.

7.7. Участь в анкетуванні.

Наприкінці вивчення курсу та перед початком сесії здобувачу вищої освіти буде запропоновано анонімно заповнити електронні анкети, що розміщено на сайті кафедри маркетингу: <https://forms.office.com/e/cf7JRhRTbi> та у Microsoft Forms Office 365, які буде розіслано на ваші університетські поштові скриньки. Заповнення анкет є важливою складовою вашої навчальної активності, що дозволить оцінити дієвість застосованих методів викладання та врахувати ваші пропозиції стосовно покращення змісту навчальної дисципліни «Персональний брендинг».

8. МЕТОДИ НАВЧАННЯ

Методи навчання на лекційних заняттях:

- інтерактивні вербальні методи (лекції з елементами дискусії, аналізу кейсів, обговорення персональних історій брендів);
- розроблення та використання авторських методичних, дидактичних і візуальних матеріалів (презентації, бренд-моделі, чек-листи персонального бренду);
- робота з фаховою літературою та цифровими ресурсами з персонального брендингу (конспектування, аналітичне узагальнення, анотування кейсів особистих брендів);
- поєднання традиційних методів із новітніми інформаційними технологіями (мультимедійні лекції, дистанційні формати навчання, веб-платформи, онлайн-інструменти для побудови «Я-бренду»).

Методи навчання на практичних заняттях:

- аналіз і розв'язання практичних кейсів із побудови та розвитку персонального бренду;
- презентація та захист індивідуальних проєктів (концепція «Я-бренду», особиста бренд-платформа, стратегія позиціонування);
- фасилітовані дискусії та рефлексивні обговорення;
- командна робота в парах і малих групах над завданнями з самопрезентації та бренд-комунікації.

Самостійна робота студентів передбачає виконання індивідуальних завдань із подальшим обговоренням результатів, опитуванням та підготовкою презентацій, спрямованих на формування та розвиток персонального бренду.

9. 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://buduysvov.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 позиціонування / 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. Диференціюйся 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=>.