

Кафедра маркетингу

«ЗАТВЕРДЖЕНО»

завідувач кафедри

Касян С.Я. *С.Я. Касян*

«15» листопада 2022 року

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «ПЕРСОНАЛЬНИЙ БРЕНДИНГ»

Галузь знань	Усі
Спеціальність	Усі
Рівень вищої освіти.....	Перший (бакалаврський)
Освітньо-професійна програма	Усі
Спеціалізації	-
Статус	Вибіркова Soft Skills
Загальний обсяг	4 кредити ЄКТС (120 годин)
Форма підсумкового контролю	Диференційований залік
Термін викладання	5-й семестр, 9-10 чверть
Мова викладання	Українська

Викладачі: доц. Яцентюк С.В. _____

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

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

Дніпро
НТУ «ДП»
2022 р.

Робоча програма навчальної дисципліни «Персональний брендинг» для бакалаврів усіх спеціальностей третього року навчання / Нац. техн. ун-т. «Дніпровська політехніка», кафедра маркетингу. – Д. : НТУ «ДП», 2022. – 14 с.

Розробник – к.е.н., доцент кафедри маркетингу Яцентюк С.В.

Робоча програма регламентує:

- мету дисципліни;
- дисциплінарні результати навчання, сформовані на основі трансформації очікуваних результатів навчання освітньої програми;
- базові дисципліни;
- 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 студентів до контрольних заходів, контролю провадження освітньої діяльності, внутрішнього та зовнішнього контролю забезпечення якості вищої освіти, акредитації освітніх програм у межах спеціальності.

Погоджено рішенням науково-методичної комісії спеціальності 075 Маркетинг (протокол № 3 від 10.11.2022 р.).

ЗМІСТ

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

1 МЕТА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Метою викладання навчальної дисципліни «Персональний брендинг» є формування відповідних компетенцій у студентів, що дозволяють формувати особистий бренд («Я-бренд»), розвивати його та ефективно управляти власним стратегічним брендингом.

2 ОЧІКУВАНІ ДИСЦИПЛІНАРНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ

В результаті вивчення навчальної дисципліни «Персональний брендинг», що є вибірковою дисципліною, спрямованою на розвиток Soft Skills, здобувачі мають досягнути таких дисциплінарних результатів навчання:

Дисциплінарні результати навчання (ДРН)	
шифр ДРН	зміст
ДРН 1.	вміти аналізувати, розробляти та впроваджувати систему власного стратегічного брендингу
ДРН 2	вміти проводити дослідження і аналіз фундаментальних якостей та принципових аспектів брендингу з метою визначення ключових факторів формування та розвитку успішного персонального бренду («Я-бренду»)
ДРН 3	вміти застосовувати на практиці методи дослідження і формування персонального бренду («Я-бренду»), створення та реалізації власного стратегічного брендингу
ДРН 4	вміти застосовувати на практиці методи та заходи ефективного управління комплексом інтегрованих маркетингових комунікацій для створення та підтримання позитивного сприйняття персональних унікальних якостей, навичок та досягнень у певній персональній сфері діяльності в процесі реалізації власного стратегічного брендингу
ДРН 5	вміти визначати КРІ персонального бренду («Я-бренду»), тобто його ключові показники ефективності та вміти їх використовувати для досягнення цілей власного стратегічного брендингу
ДРН 6	знати концепцію формування та розвитку власного стратегічного брендингу, принципи, цілі та функції маркетингової діяльності при реалізації комплексу personal marketing mix
ДРН 7	вміти аналізувати і діагностувати стан розвитку персонального бренду та здійснювати розробку особистого плану маркетингу з формування, реалізації та контролю власного бренд-менеджменту, методів, підходів та заходів з його корегування
ДРН 8	вміти визначати та застосовувати сучасні методи і підходи, щодо формування і вдосконалення власного стратегічного брендингу

3 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	обсяг	аудиторні заняття	самостійна робота
лекційні	76	26	50	76	6	70
практичні	44	13	31	44	4	40
лабораторні	-	-	-	-	-	-
семінари	-	-	-	-	-	-
РАЗОМ	120	39	81	120	10	110

4 ПРОГРАМА ДИСЦИПЛІНИ ЗА ВИДАМИ НАВЧАЛЬНИХ ЗАНЯТЬ

Шифри ДРН	Види та тематика навчальних занять	Обсяг складових, години
	ЛЕКЦІЇ	76
ДРН 1 ДРН 2	Тема 1. Актуальність і сучасна практика застосування понять «Бренд», «Брендинг», «Бренд-менеджмент» в підприємницькій діяльності. Історія виникнення і актуальна трансформація терміну і поняття «Бренд»	14
ДРН 1 ДРН 2 ДРН 3	Тема 2. Співвідношення понять сутності і характерних ознак «Позиціонування бренду», «Позиція бренду», «Ідентичність бренду», «Імідж бренду», «GAP - розрив бренду» в сучасній підприємницькій діяльності. Етапи побудови персонального бренду Ключові складові і параметри процесу побудови персонального бренду	16
ДРН 4 ДРН 6 ДРН 7	Тема 3. Створення персонального бренду («Я-бренду») Процес розробки бренду. Основні атрибути бренду Структура бренду: відчутні та невідчутні характеристики, раціональні та емоційні переваги Моделі створення бренду Стратегії просування брендів	16
ДРН 2 ДРН 3	Тема 4. Технології кар'єрного просування Структура індустрії популярності Сфери, де можна домогтися популярності Види маркетингової стратегії персонального бренду	14
ДРН 5	Тема 5. Особливості комунікаційної програми персонального бренду Види комунікацій, що сприяють успішній кар'єрі персонального бренду	16

Шифри ДРН	Види та тематика навчальних занять	Обсяг складових, години
	Інструменти і моделі кар'єрного просування персонального бренду	
	ПРАКТИЧНІ ЗАНЯТТЯ	44
ДРН 1 ДРН 4 ДРН 8	1. Виникнення і розвиток брендингу. Сутність і зміст поняття «бренд». Класифікація брендів. Система ідентичності бренду. Особиста персоніфікація «Я-бренду».	8
ДРН 2 ДРН 4 ДРН 8	2. Бренд-платформа побудови персонального бренду («Я-бренду»).	6
ДРН 3 ДРН 4 ДРН 5	3. Позиціонування персонального бренду («Я-бренду»).	6
ДРН 3 ДРН 4	4. SWOT і SNW аналізи персонального бренду («Я-бренду»).	8
	5. Вибір і формування маркетингової стратегії просування персонального бренду	
ДРН 4 ДРН 6 ДРН 7	6. Визначення ключових показників (КРІ) ефективності персонального бренду. 7. Розробка системи формування та управління комплексом personal marketing mix в процесі реалізації власного стратегічного брендингу.	8
ДРН 3 ДРН 4	8. Моніторинг, діагностика і аналіз стану розвитку персонального бренду. 9. Розробка особистого плану маркетингу з формування, реалізації та контролю власного бренд-менеджменту .	8
РАЗОМ		120

5 ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ

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 здобувачів за дисципліною.

5.1 Шкали

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

Шкали оцінювання навчальних досягнень студентів 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»/

5.2 Засоби та процедури

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

Студент на контрольних заходах має виконувати завдання, орієнтовані виключно на демонстрацію дисциплінарних результатів навчання (розділ 2).

Засоби діагностики, що надаються студентам 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	виконання завдання під час лекцій	комплексна контрольна робота (ККР)	визначення середньозваженого результату поточних контролів; виконання ККР під час диференційованого заліку за бажанням студента
практичні	контрольні завдання за кожною темою	виконання завдань під час практичних занять		
	або індивідуальне завдання	виконання завдань під час самостійної роботи		

Під час поточного контролю лекційні заняття оцінюються шляхом визначення якості виконання контрольних конкретизованих завдань. Практичні заняття оцінюються якістю виконання практичних завдань.

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 екзамену 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.

5.3 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 критерія 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 бакалаврського рівня вищої освіти (подано нижче).

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

Дескриптори НРК	Вимоги до знань, умінь, комунікації, автономності та відповідальності	Показник оцінки
Знання		
♦ спеціалізовані концептуальні знання, набуті у процесі навчання та/або професійної діяльності на рівні новітніх досягнень, які є основою для оригінального мислення та інноваційної діяльності, зокрема в	Відповідь відмінна – правильна, обґрунтована, осмислена. Характеризує наявність: - спеціалізованих концептуальних знань на рівні новітніх досягнень; - критичне осмислення проблем у навчанні та/або професійній діяльності та на межі предметних галузей	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

Дескриптори НРК	Вимоги до знань, умінь, комунікації, автономності та відповідальності	Показник оцінки
контексті дослідницької роботи; ♦ критичне осмислення проблем у навчанні та /або професійній діяльності та на межі предметних галузей	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
Уміння		
♦ розв'язання складних задач і проблем, що потребує оновлення та інтеграції знань, часто в умовах неповної/недостатньої інформації та суперечливих вимог; ♦ провадження дослідницької та/або інноваційної діяльності	Відповідь характеризує уміння: - виявляти проблеми; - формулювати гіпотези; - розв'язувати проблеми; - оновлювати знання; - інтегрувати знання; - провадити інноваційну діяльність; - провадити наукову діяльність	95-100
	Відповідь характеризує уміння застосовувати знання в практичній діяльності з негрубими помилками	90-94
	Відповідь характеризує уміння застосовувати знання в практичній діяльності, але має певні неточності при реалізації однієї вимоги	85-89
	Відповідь характеризує уміння застосовувати знання в практичній діяльності, але має певні неточності при реалізації двох вимог	80-84
	Відповідь характеризує уміння застосовувати знання в практичній діяльності, але має певні неточності при реалізації трьох вимог	74-79
	Відповідь характеризує уміння застосовувати знання в практичній діяльності, але має певні неточності при реалізації чотирьох вимог	70-73
	Відповідь характеризує уміння застосовувати знання в практичній діяльності при виконанні завдань за зразком	65-69
	Відповідь характеризує уміння застосовувати знання при виконанні завдань за зразком, але з неточностями	60-64
	Рівень умінь незадовільний	<60
Комунікація		
♦ зрозуміле і недвозначне донесення власних висновків, а також знань та пояснень, що їх обґрунтовують, до фахівців і нефахівців, зокрема до осіб, які навчаються;	Зрозумілість відповіді (доповіді). Мова: - правильна; - чиста; - ясна; - точна; - логічна; - виразна; - лаконічна. Комунікаційна стратегія: - послідовний і несуперечливий розвиток думки;	95-100

Дескриптори НРК	Вимоги до знань, умінь, комунікації, автономності та відповідальності	Показник оцінки
<p>♦ використання іноземних мов у професійній діяльності</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 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; - використання іноземних мов у професійній діяльності 	
	Достатня зрозумілість відповіді (доповіді) та доречна комунікаційна стратегія з незначними хибами	90-94
	Добра зрозумілість відповіді (доповіді) та доречна комунікаційна стратегія (сумарно не реалізовано три вимоги)	85-89
	Добра зрозумілість відповіді (доповіді) та доречна комунікаційна стратегія (сумарно не реалізовано чотири вимоги)	80-84
	Добра зрозумілість відповіді (доповіді) та доречна комунікаційна стратегія (сумарно не реалізовано п'ять вимог)	74-79
	Задовільна зрозумілість відповіді (доповіді) та доречна комунікаційна стратегія (сумарно не реалізовано сім вимог)	70-73
	Задовільна зрозумілість відповіді (доповіді) та комунікаційна стратегія з хибами (сумарно не реалізовано дев'ять вимог)	65-69
	Задовільна зрозумілість відповіді (доповіді) та комунікаційна стратегія з хибами (сумарно не реалізовано 10 вимог)	60-64
	Рівень комунікації незадовільний	<60
<i>Автономність та відповідальність</i>		
<p>♦ відповідальність за розвиток професійного знання і практик, оцінку стратегічного розвитку команди;</p> <p>♦ здатність до подальшого навчання, яке значною мірою є автономним та самостійним</p>	<p>Відмінне володіння компетенціями:</p> <ul style="list-style-type: none"> - використання принципів та методів організації діяльності команди; - ефективний розподіл повноважень в структурі команди; - підтримка врівноважених стосунків з членами команди (відповідальність за взаємовідносини); - стресовитривалість; - саморегуляція; - трудова активність в екстремальних ситуаціях; - високий рівень особистого ставлення до справи; - володіння всіма видами навчальної діяльності; - належний рівень фундаментальних знань; - належний рівень сформованості загальнонавчальних умінь і навичок 	95-100
	Упевнене володіння компетенціями автономності та відповідальності з незначними хибами	90-94

Дескриптори НРК	Вимоги до знань, умінь, комунікації, автономності та відповідальності	Показник оцінки
	Добре володіння компетенціями автономності та відповідальності (не реалізовано дві вимоги)	85-89
	Добре володіння компетенціями автономності та відповідальності (не реалізовано три вимоги)	80-84
	Добре володіння компетенціями автономності та відповідальності (не реалізовано чотири вимоги)	74-79
	Задовільне володіння компетенціями автономності та відповідальності (не реалізовано п'ять вимог)	70-73
	Задовільне володіння компетенціями автономності та відповідальності (не реалізовано шість вимог)	65-69
	Задовільне володіння компетенціями автономності та відповідальності (рівень фрагментарний)	60-64
	Рівень автономності та відповідальності незадовільний	<60

6 ІНСТРУМЕНТИ, ОБЛАДНАННЯ ТА ПРОГРАМНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

На навчальних заняттях студенти повинні мати: гаджети з можливістю підключення до Інтернету; перевірений доступ до застосунків Microsoft Office: Teams, Moodle; Zoom; інсталюваний на ПК та /або мобільних гаджетах пакет програм Microsoft Office (Word, Excel, Power Point); активований акаунт університетської пошти (student.i.p.@nmu.one) на Office365. При виконанні практичних та самостійних завдань студенти використовують графічний редактор Canva.

7 РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ

Основні

1. Траут Дж., Рівкін С. Диференційоюся або помри. Вживання в епоху вбивчої конкуренції / Джек Траут, Стів Рівкін. – Харків: Фабула, 2019. – 240 с.

2. Definition of a Personal Brand vs. Personal Branding [Електронний ресурс]. – Режим доступу URL: <https://personalbrand.com/definition/> [Заголовок з екрану].

3. The Definitive Guide to Personal Branding [Електронне джерело]: Режим доступу URL: // <https://brandyourself.com/definitive-guide-to-personal-branding> [Заголовок з екрану].

4. Kapferer J.N. The New Strategic Brand Management: Creating and Sustaining Brand Equity Long Term / Jean-Noël Kapferer / [Електронне джерело]: Режим доступу URL: // https://www.academia.edu/12869300/The_New_Strategic_Brand_Management_Jean_Noel_Kapferer_PDF [Заголовок з екрану].

5. Струтинська І.В. Бренд-менеджмент: теорія і практика .- навч. посібник/ укл.: І. В. Струтинська. – Тернопіль: Принт-офіс, 2015. – 204 с.

6. Яцишина Л.К. Методологія оцінки ефективності брендингу / Л.К. Яцишина // Ефективна економіка № 11, 2015. [Електронне джерело]: Режим доступу URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4511> [Заголовок з екрану].

7. Яцентюк С. В. Вплив атрибутів бренду на формування його цільового іміджу у нових ринкових та технологічних умовах / С. В. Яцентюк // Економічний вісник НГУ, 2020. – № 1 (69). – С.177–187.

8. Яцентюк С. В. Створення ефективного підходу щодо формування та розвитку капіталу бренду за допомогою методу управління «Gap-розривом бренду» / С. В. Яцентюк // Економічний вісник НГУ, 2015. – № 4 (52). – С.153–160.

Додаткові

1. Henderson Gary, What Is Personal Branding? – on Nov 7, 2019 / Gary Henderson // [Електронний ресурс]. – Режим доступу URL: // <https://www.digitalmarketing.org/blog/what-is-personal-branding> [Заголовок з екрану].

2. Belagatti Pavan, 5 Self-Branding Tactics For Beginners That Will Get You Noticed / Pavan Belagatti // [Електронний ресурс]. – Режим доступу URL: // <https://www.jeffbullas.com/self-branding-tactics/> [Заголовок з екрану].

3. Антиликаторов Андрей, Self-Branding, или Как не стать одним из многих программистов / Андрей Антиликаторов // [Електронний ресурс]: Режим доступу URL: <https://dou.ua/lenta/articles/self-branding/> [Заголовок з екрану].

4. Я – бренд: правила професійного позиціонування / [Електронний ресурс]: Режим доступу до ресурсу: <http://practicum.space/ya-brend/> [Заголовок з екрану].

5. Goldie Chan, 10 Golden Rules Of Personal Branding / Forbes, Nov 8, 2018 / Chan Goldie / [Електронне джерело]: Режим доступу URL: // <https://www.forbes.com/sites/goldiechan/2018/11/08/10-golden-rules-personal-branding/?sh=1609526e58a7> [Заголовок з екрану].

6. Neumeier Marty, The Brand Gap: How To Bridge The Distance Between Business Strategy And Design / Marty Neumeier / [Електронне джерело]: Режим доступу URL: <https://www.martyneumeier.com/the-brand-gap> [Заголовок з екрану].

7. Персональний брендинг / [Електронне джерело]: Режим доступу URL: // <https://www.seotm.com/ua/blog/personalniy-brending.html> [Заголовок з екрану].

8. Біловодська О.А., Пузікова М.В. Аналіз і оцінка персонального брендингу в умовах підвищення професійного успіху особистості / О.А. Біловодська, М.В. Пузікова / [Електронне джерело]: Режим доступу URL: // https://mmi.fem.sumdu.edu.ua/sites/default/files/mmi2011_4_1_67_74.pdf [Заголовок з екрану].

9. Ladipo P., Akeke O. Impact of Brand Image on Car Buyers' Choice of Branded Products in High Risk Market // Bulletin of Taras Shevchenko National University of Kyiv. Economics. – 2019. – nr 3(204). – P. 28–33. [Electronic source]. – Access, 08.06.2020: <http://bulletin-econom.univ.kiev.ua/wp-content/uploads/2019/10/204.pdf>

10. Цимбалюк С. Аналіз факторів формування позитивного бренду роботодавця серед внутрішньої цільової аудиторії // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Економіка. – 2017. – №1(190). – С. 41–45. [Електронний ресурс]. – Режим доступу, 08.06.2020 р.: <http://bulletin-econom.univ.kiev.ua/wp-content/uploads/2017/03/190.pdf>

11. Співаковська Л., Жебровська А. Будь ексклюзивним або ексклюзивний маркетинг як нова філософія брендів // Маркетинг в Україні. – 2012. – №.2 – С. 31–33.

12. Касян С. Я. Вартісно-споживчі складові брендингу компаній в Україні / С. Я. Касян, А. А. Пермінова // Вісник Запорізького національного університету: Зб. наук. праць. Економічні науки. – Запоріжжя : Запорізький національний університет. – 2013. – №3(19). – С. 29–36.

Навчальне видання

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
«Персональний брендинг»
для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
усіх освітньо-професійних програм третього року навчання
Національного технічного університету «Дніпровська політехніка»

Розробник: Яцентюк Станіслав Васильович

Навчальне видання

В редакції автора

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