

Кафедра маркетингу

«ЗАТВЕРДЖЕНО»

завідувач кафедри

Касян С.Я. _____

«15» листопада 2021 року

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
«ПЕРСОНАЛЬНИЙ БРЕНДИНГ»

Галузь знань	Усі
Спеціальність	Усі
Освітній рівень.....	Бакалавр
Освітньо-професійна програма	Маркетинг
Статус	вибіркова
Загальний обсяг	4 кредити ЄКТС (120 годин)
Форма підсумкового контролю	диференційований залік
Термін викладання	3-й семестр
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»
2021 р.

Робоча програма навчальної дисципліни «Персональний брендинг» для бакалаврів усіх спеціальностей / Нац. техн. ун-т. «Дніпровська політехніка», кафедра маркетингу. – Д. : НТУ «ДП», 2021. – 17 с.

Розробник – 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 10.11.2021 р.).

ЗМІСТ

1 МЕТА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ	4
2 ОЧІКУВАНІ ДИСЦИПЛІНАРНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ.....	4
3 БАЗОВІ ДИСЦИПЛІНИ	5
4 ОБСЯГ І РОЗПОДІЛ ЗА ФОРМАМИ ОРГАНІЗАЦІЇ ОСВІТНЬОГО ПРОЦЕСУ ТА ВИДАМИ НАВЧАЛЬНИХ ЗАНЯТЬ	5
5 ПРОГРАМА ДИСЦИПЛІНИ ЗА ВИДАМИ НАВЧАЛЬНИХ ЗАНЯТЬ.....	5
6 ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ	7
6.1 Шкали	8
6.2 Засоби та процедури.....	8
6.3 Критерії.....	9
7 ІНСТРУМЕНТИ, ОБЛАДНАННЯ ТА ПРОГРАМНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ	12
8 РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ.....	12

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.

Реалізація мети вимагає трансформації програмних результатів навчання в дисциплінарні та адекватний відбір змісту навчальної дисципліни за цим критерієм.

2 ОЧІКУВАНІ ДИСЦИПЛІНАРНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ

Згідно з визначеними загальними та фаховими компетентностями, визначеними в освітньо-професійних програмах бакалавра спеціальностей Університету, 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 1.1	вміти аналізувати, розробляти та впроваджувати систему власного стратегічного брендингу
ДРН 1.2	вміти проводити дослідження і аналіз фундаментальних якостей та принципів аспектів брендингу з метою визначення ключових факторів формування та розвитку успішного персонального бренду («Я-бренду»)
ДРН 1.3	вміти застосовувати на практиці методи дослідження і формування персонального бренду («Я-бренду»), створення та реалізації власного стратегічного брендингу
ДРН 1.4	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 1.5	вміти визначати КРІ персонального бренду («Я-бренду»), тобто його ключові показники ефективності та вміти їх використовувати для досягнення цілей власного стратегічного брендингу
ДРН 1.6	знати концепцію формування та розвитку власного стратегічного брендингу, принципи, цілі та функції маркетингової діяльності при реалізації комплексу personal marketing mix
ДРН 1.7	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 1.8	вміти визначати та застосовувати сучасні методи і підходи, щодо формування і вдосконалення власного стратегічного брендингу

3 БАЗОВІ ДИСЦИПЛІНИ

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

Вид навчальних занять	Обсяг, години	Розподіл за формами навчання, години					
		денна		вечірня		заочна	
		аудиторні заняття	самостійна робота	аудиторні заняття	самостійна робота	аудиторні заняття	самостійна робота
лекційні	26	26	40	-	-	4	56
практичні	13	13	41	-	-	2	56
лабораторні	-	-	-	-	-	-	-
семінари	-	-	-	-	-	-	-
РАЗОМ	120	39	81	-	-	6	112

5 ПРОГРАМА ДИСЦИПЛІНИ ЗА ВИДАМИ НАВЧАЛЬНИХ ЗАНЯТЬ

Шифри ДРН	Види та тематика навчальних занять	Обсяг складових, години
	ЛЕКЦІЇ	26
ДРН 1.1 ДРН 1.2	Тема 1. Актуальність і сучасна практика застосування понять «Бренд», «Брендинг», «Бренд-менеджмент» в підприємницькій діяльності.	4
	Історія виникнення і актуальна трансформація терміну і поняття «Бренд»	
ДРН 1.1 ДРН 1.2 ДРН 1.3	Тема 2. Співвідношення понять сутності і характерних ознак «Позиціонування бренду», «Позиція бренду», «Ідентичність бренду», «Імідж бренду», «GAP - розрив бренду» в сучасній підприємницькій діяльності.	6
	Етапи побудови персонального бренду	
	Ключові складові і параметри процесу побудови персонального бренду	
ДРН 1.4 ДРН 1.6 ДРН 1.7	Тема 3. Створення персонального бренду («Я-бренду»)	6
	Процес розробки бренду. Основні атрибути бренду	
	Структура бренду: відчутні та невідчутні характеристики, раціональні та емоційні переваги	
	Моделі створення бренду	
	Стратегії просування брендів	
ДРН 1.2 ДРН 1.3	Тема 4. Технології кар'єрного просування	5
	Структура індустрії популярності	

Шифри ДРН	Види та тематика навчальних занять	Обсяг складових, години
	Сфери, де можна домогтися популярності	
	Види маркетингової стратегії персонального бренду	
ДРН 1.5	Тема 5. Особливості комунікаційної програми персонального бренду	5
	Види комунікацій, що сприяють успішній кар'єрі персонального бренду	
	Інструменти і моделі кар'єрного просування персонального бренду	
	ПРАКТИЧНІ ЗАНЯТТЯ	13
ДРН 1.1	1. Виникнення і розвиток брендингу. Сутність і зміст поняття «бренд». Класифікація брендів. Система ідентичності бренду. Особиста персоніфікація «Я-бренду».	1
ДРН 1.2	2. Бренд-платформа побудови персонального бренду («Я-бренду»).	1
ДРН 1.3 ДРН 1.5	3. Позичіонування персонального бренду («Я-бренду»).	1
ДРН 1.3	4. SWOT і SNW аналізи персонального бренду («Я-бренду»).	2
	5. Вибір і формування маркетингової стратегії просування персонального бренду	
ДРН 1.4 ДРН 1.6 ДРН 1.7	6. Визначення ключових показників (KPI) ефективності персонального бренду.	3
	7. Розробка системи формування та управління комплексом personal marketing mix в процесі реалізації власного стратегічного брендингу.	
ДРН 1.3 ДРН 1.4	8. Моніторинг, діагностика і аналіз стану розвитку персонального бренду.	2
	9. Розробка особистого плану маркетингу з формування, реалізації та контролю власного бренд-менеджменту .	
ДРН 1.8	10. Виникнення і розвиток брендингу. Сутність і зміст поняття «бренд». Класифікація брендів. Система ідентичності бренду. Особиста персоніфікація «Я-бренду».	1
ДРН 1.8	11. Бренд-платформа побудови персонального бренду («Я-бренду»).	1

Шифри ДРН	Види та тематика навчальних занять	Обсяг складових, години
ДРН 1.4	12. Позиціонування персонального бренду («Я-бренду»).	1
	САМОСТІЙНА РОБОТА	52
	Самостійна робота – це опанування самим здобувачем знань з дисципліни у поза аудиторний час на підставі вивчення навчальної літератури, виконання завдань, опрацювання матеріалів лекцій та семінарів, підготовки до кейсів та ділових ігор, підготовка до контрольних робіт та екзамену.	52
	1. Читання навчальної літератури (базової та додаткової)	
	2. Перегляд навчальних відеоматеріалів	
	3. Виконання комплексних індивідуальних завдань А1 (сканування «Я-бренду») та В2 (SNW аналіз і стратегічний план розвитку «Я-бренду»)	
	РАЗОМ	112

6 ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ

Сертифікація досягнень студентів здійснюється за допомогою прозорих процедур, що ґрунтуються на об'єктивних критеріях відповідно до «Положення 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 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 зараховується, якщо студент отримав підсумкову оцінку не менше 60-ти балів. Нижча оцінка вважається академічною заборгованістю, що підлягає ліквідації.

6.2 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 контрольного або індивідуального завдання.

Якщо зміст певного виду занять підпорядковано декільком дескрипторам, то інтегральне значення оцінки може визначатися з урахуванням вагових коефіцієнтів, що встановлюються викладачем.

Студенти можуть отримати підсумкову оцінку з дисципліни на підставі поточного оцінювання знань за умови, якщо набрана кількість балів з поточного тестування та самостійної роботи складатиме не менше 60 балів.

Види навчальної діяльності	Максимальна сума балів	Ваговий коефіцієнт при підсумковому оцінюванні
Лекції: опитування на заняттях, мініконтрольні роботи, виконання завдань	100	0,3
Практичні заняття: виконання комплексних індивідуальних завдань А1 і В2, усні опитування за матеріалом лекцій, групова робота, представлення доповідей, написання есе, участь в обговоренні тем семінарських занять, участь у діловій грі, контрольні роботи, колоквиум	100	0,7
Диференційований залік	100	1

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 диференційованого 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 кожного дескриптора 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 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**

Інтегральна компетентність – здатність розв’язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у певній галузі професійної діяльності або у процесі навчання, що передбачає застосування певних теорій та методів відповідної науки і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.

Дескриптори НРК	Вимоги до знань, умінь, комунікації, автономності та відповідальності	Показник оцінки
Знання		
<ul style="list-style-type: none"> ◆ 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 контексті дослідницької роботи; ◆ критичне осмислення проблем у навчанні та /або професійній діяльності та на межі предметних галузей 	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
	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		
<ul style="list-style-type: none"> ◆ 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

Дескриптори НРК	Вимоги до знань, умінь, комунікації, автономності та відповідальності	Показник оцінки
	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		
<p>♦ зрозуміле і недвозначне донесення власних висновків, а також знань та пояснень, що їх обґрунтовують, до фахівців і нефахівців, зокрема до осіб, які навчаються;</p> <p>♦ використання іноземних мов у професійній діяльності</p>	<p>Зрозумілість відповіді (доповіді). Мова:</p> <ul style="list-style-type: none"> - правильна; - чиста; - ясна; - точна; - логічна; - виразна; - лаконічна. <p>Комунікаційна стратегія:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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; - використання іноземних мов у професійній діяльності 	95-100
	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

Дескриптори НРК	Вимоги до знань, умінь, комунікації, автономності та відповідальності	Показник оцінки
	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>		
<ul style="list-style-type: none"> ◆ відповідальність за розвиток професійного знання і практик, оцінку стратегічного розвитку команди; ◆ здатність до подальшого навчання, яке значною мірою є автономним та самостійним 	Відмінне володіння компетенціями: <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
	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

7 ІНСТРУМЕНТИ, ОБЛАДНАННЯ ТА ПРОГРАМНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

На лекційних заняттях обов'язково мати з собою гаджети з можливістю підключення до Інтернету. Перевірений доступ з ПК чи мобільного гаджету до застосунків Microsoft Office: Teams, Moodle; Zoom. Інстальований на ПК та мобільних гаджетах пакет програм Microsoft Office (Word, Excel, Power Point). Активованій акаунт університетської пошти (student.i.p.@nmu.one) на Ofic365.

Використання Mentimeter (<https://www.mentimeter.com/>). Інстальована на гаджетах програма Kahoot! (<https://kahoot.it/>).

8 РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ

Базові

1. Закон України «Про охорону прав на знаки для товарів і послуг». URL: <http://zakon.rada.gov.ua>
2. Господарський кодекс України. URL: <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/436-15/page8>
3. Законы: торговые марки, товарные знаки и патенты. URL: <http://tm.ua/laws.php>
4. ІДС "Міжнародна класифікація товарів і послуг для реєстрації знаків (Ніццька класифікація). Дев'ята редакція". URL: <http://212.82.216.37/mktp9>
5. *Глосарій*. Офіційний сайт Національного агентства із забезпечення якості вищої освіти. URL: <https://naqa.gov.ua/wp-content/uploads/2020/01/Глосарій.pdf>
6. Аакер Д., Йохимштайлер Э. Бренд-лидерство: новая концепция брендинга., пер. с англ. Н.В. Кияченко, А.Н. Москвичева, Ю.А. Быстрова. – М.: Изд. дом Гребенникова, 2003. 374 с.
7. Аакер Д. Создание сильных брендов. URL: <http://rudocs.exdat.com/docs/index-28703.html>
8. Траут Дж., Райс Э. Позиционирование. Битва за умы. Ст.П.: Питер, 2015. 256 с.
9. Траут Дж., Райс Е. Маркетингові війни. м. Харків: Фабула, 2019. 240 с.
10. Траут Дж., Рівкін С. Диференціюйся або помри Виживання в епоху вбивчої конкуренції. м. Харків: Фабула, 2019. 240 с.
11. Definition of a Personal Brand vs. Personal Branding. URL: <https://personalbrand.com/definition/>
12. The Definitive Guide to Personal Branding. URL: <https://brandyourself.com/definitive-guide-to-personal-branding>
13. Kapferer J.N. The New Strategic Brand Management: Creating and Sustaining Brand Equity Long Term. URL: https://www.academia.edu/12869300/The_New_Strategic_Brand_Management_Jean_Noel_Kapferer_PDF
14. Струтинська І.В. Бренд-менеджмент: теорія і практика. навч. посібник Тернопіль: Прінт-офіс, 2015. 204 с.
15. Шевченко О.Л. Бренд-менеджмент. навч. посібник URL: <http://www.tnu.in.ua/study/refs/d176/file1264223.html>
16. Яцишина Л.К. Методологія оцінки ефективності брендингу. *Ефективна економіка*. 2015. № 11. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4511>.

17. Яцентюк С.В. Вплив атрибутів бренду на формування його цільового іміджу у нових ринкових та технологічних умовах. *Економічний вісник НГУ*. 2020. № 1 (69). С.177 - 187.
18. Яцентюк С.В. Створення ефективного підходу щодо формування та розвитку капіталу бренду за допомогою методу управління «Gap - розривом бренду». *Економічний вісник НГУ*. 2015. № 4 (52). С.153 - 160.
19. *Рекомендації щодо створення силабусу навчальної дисципліни. Основні вимоги.* Розробники: Азюковський О.О., Бардась А.В., Заболотна Ю.О., Касян С.Я., Павличенко А.В., Удовик І.М., Ципленков Д.В. Затверджено Вченою радою університету від 25.06.2020, протокол №6. Д. : НТУ «Дніпровська політехніка», 2020. 26 с. URL: https://www.nmu.org.ua/ua/content/activity/us_documents/%D0%A0%D0%B5%D0%BA%D0%BE%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D0%B4%D0%B0%D1%86%D1%96%D1%97%20%D1%89%D0%BE%D0%B4%D0%BE%20%D1%81%D1%82%D0%B2%D0%BE%D1%80%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D1%8F%20%D1%81%D0%B8%D0%BB%D0%B0%D0%B1%D1%83%D1%81%D1%83%20%D0%BD%D0%B0%D0%B2%D1%87%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%BE%D1%97%20%D0%B4%D0%B8%D1%86%D0%B8%D0%BF%D0%BB%D1%96%D0%BD%D0%B8.%20%D0%9E%D1%81%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D0%BD%D1%96%20%D0%B2%D0%B8%D0%BC%D0%BE%D0%B3%D0%B8.pdf

Методичні

1. Яцентюк С.В. Опорний конспект лекцій з дисципліни «Персональний брендинг». Дніпро: НТУ «Дніпровська політехніка», 2021. 31 с.
2. Яцентюк С.В. Методичні вказівки щодо виконання комплексного прикладного індивідуального завдання студента – BRAND marketing brief для студентів денної форми навчання. Дніпро: НТУ «Дніпровська політехніка», 2021. 11 с.
3. Яцентюк С.В. Методика управління формуванням та розвитком брендів продукції промислового призначення. Дніпропетровськ : ДВНЗ «Національний гірничий університет», 2014. 37 с.

Додаткові

1. Henderson Gary, What Is Personal Branding? – on Nov 7, 2019. URL: <https://www.digitalmarketing.org/blog/what-is-personal-branding>
2. Belagatti Pavan, 5 Self-Branding Tactics For Beginners That Will Get You Noticed. URL: <https://www.jeffbullas.com/self-branding-tactics/>
3. Garrett S. Brand Sponsor Decision. URL: <http://www.spencergarrett.com%2FTulane%2FTulane%2520MKT%2520Student%2520Notes%2FBrand%2520Sponsor%2520Decision.doc&ei=XIdNUcnDDcThtQbFkI>
4. Christopher Wallace, 5 Key Strategies To Build Your Brand Online URL: <https://searchengineland.com/5-key-strategies-to-build-your-brand-online-39420>

5. Neumeier Marty, The Brand Gap: How To Bridge The Distance Between Business Strategy And Design URL: http://ptgmedia.pearsoncmg.com/images/0321348109/goodies/The_Brand_Gap.pdf
6. Бренд & Брендинг. Можливості та безпеки. URL: http://uam.in.ua/ukr/content/mark_osvita/trenings/04_brand_and_branding.php
7. It has never been easier to launch a new brand. URL: <https://www.economist.com/business/2020/01/23/it-has-never-been-easier-to-launch-a-new-brand>
8. Ладика Ірина, Селф-брендинг: якщо хочеш заробляти більше – 11.11.2017. URL: <https://studway.com.ua/self-branding/>
9. Yaitsky S. Я-Бренд. 6 пунктів селфбрендинга. URL: <https://www.cossa.ru/sandbox/32105/>
10. Антиликаторов Андрей, Self-Branding, или Как не стать одним из многих программистов. URL: <https://dou.ua/lenta/articles/self-branding/>
11. Я – бренд: правила професійного позиціонування. URL: <http://practicum.space/ya-brand/>
12. Я-бренд: головні принципи просування – 18.03.2019. URL: <https://grc.ua/article/24306>
13. Goldie Chan, 10 Golden Rules Of Personal Branding - Forbes, Nov 8, 2018. URL: <https://www.forbes.com/sites/goldiechan/2018/11/08/10-golden-rules-personal-branding/?sh=1609526e58a7>
14. Бренд & Брендинг. Можливості та безпеки. URL: http://uam.in.ua/ukr/content/mark_osvita/trenings/04_brand_and_branding.php
15. Лос Юлия. Персональный брендинг. URL: <https://yulialos.com/self-branding/>
16. Дитяшова Інна, Персональный брендинг: 9 советов по созданию бренда личности. URL: https://koloro.ua/blog/branding-i-marketing/Personalniy_branding:_9_sovetov_po_sozdaniyu_brenda_lichnosti.html
17. Персональный брендинг – поведай о себе миру. URL: https://monoxrom.ru/publications/personalnyj_branding_povedaj_o_sebe_miru/
18. Персональный брендинг. URL: <https://www.seotm.com/ua/blog/personalnyj-branding.html>
19. Біловодська О.А., Пузікова М.В. Аналіз і оцінка персонального брендингу в умовах підвищення професійного успіху особистості. URL: https://mmi.fem.sumdu.edu.ua/sites/default/files/mmi2011_4_1_67_74.pdf
19. 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>

20. 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. URL: <http://bulletin-econom.univ.kiev.ua/wp-content/uploads/2017/03/190.pdf>

Інформаційні ресурси в мережі Інтернет

1. Аналітика ринків: Trends.google.com, marketfinder.thinkwithgoogle.com
2. Аналітичні інструменти компанії Google: Google analytics, Google ads , Google search console
3. Бенчмарк ключових метрик: Worldstat.com, Adstage.io
4. Всеукраїнська рекламна коаліція: <https://vrk.org.ua/>
5. Маркетинг і менеджмент інновацій. Журнал: <http://mmi.fem.sumdu.edu.ua/>
6. Національна бібліотека України ім. В.І. Вернадського: <http://www.nbuv.gov.ua/>
7. Українська асоціація маркетингу, журнал «Маркетинг в Україні», «Маркетинг-газета»: <http://uam.in.ua/>

Навчальне видання

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
«Персональний брендинг»

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