

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Національний технічний університет
«Дніпровська політехніка»

Силабус навчальної дисципліни
«Персональний брендинг»



Ступінь освіти	Бакалавр
Освітня програма	усі
Загальний обсяг	4 кредити ЄКТС
Тривалість викладання	III семестр 2021/2022 н.р. (5-6 чверть)
Обсяг навчальних занять у т.ч. аудиторні заняття на тиждень	120 годин
лекції	2 години
практичні	1 година
Мова викладання	українська

Сторінка курсу в СДО НТУ «ДП»: <https://do.nmu.org.ua>

Інформація про викладача:

	Яцентюк Станіслав Васильович, доцент, кандидат економічних наук
	Персональна сторінка: https://mk.nmu.org.ua/ua/kaff/%D1%8F%D1%86%D0%B5%D0%BD%D1%82%D1%8E%D0%BA.php
	E-mail: Yatsentiuk.S.V@nmu.one

1 Анотація до курсу

Персональний брендинг – це застосування принципів управління брендом для власного маркетингу та маркетингу своєї кар'єри. Це постійний процес, який включає в себе увесь комплекс personal marketing mix з фокусуванням інтегрованих маркетингових комунікацій на створення та підтримання

позитивного сприйняття персональних унікальних якостей, навичок та досягнень у певній персональній сфері діяльності, формування конкурентних hard & soft skills. Персональний брендинг розкриває зміст спеціалізованої діяльності індивідууму – особистості, щодо планування, формування, реалізації та контролю ефективним управлінням власним стратегічним брендингом.

2 Мета та завдання 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.

Завдання курсу:

- *ознайомити* здобувачів вищої освіти з концепцією формування та розвитку власного бренду («Я-бренду»), принципами, цілями та функціями маркетингової діяльності при реалізації власного стратегічного брендингу;
- *розглянути* підходи та методи аналізу і планування заходів з персонального брендингу на прикладі практик успішних персональних брендів;
- *вивчити* маркетингові методи та заходи оцінки, формування та розвитку комплексу personal marketing mix і підходи, щодо 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;
- *сформувати навички* з використання прикладних інструментів, специфічних характеристик і функцій управління власним стратегічним брендингом.

3 Результати навчання:

- *вміти* аналізувати, розробляти та впроваджувати систему власного стратегічного брендингу;
- *вміти* проводити дослідження і аналіз фундаментальних якостей та принципових аспектів брендингу з метою визначення ключових факторів формування та розвитку успішного персонального бренду («Я-бренду»);
- *вміти* застосовувати на практиці методи дослідження і формування персонального бренду («Я-бренду»), створення та реалізації власного стратегічного брендингу;
- *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;

– *вміти* визначати КРІ персонального бренду («Я-бренду»), тобто його ключові показники ефективності та вміти їх використовувати для досягнення цілей власного стратегічного брендингу;

– *знати* концепцію формування та розвитку власного стратегічного брендингу, принципи, цілі та функції маркетингової діяльності при реалізації комплексу personal marketing mix;

– *вміти* аналізувати і діагностувати стан розвитку персонального бренду та здійснювати розробку особистого плану маркетингу з формування, реалізації та контролю власного бренд-менеджменту, методам, підходам та заходам з його корегування;

– *вміти* визначати та застосовувати сучасні методи і підходи, щодо формування і вдосконалення власного стратегічного брендингу.

4 Структура курсу

ЛЕКЦІЇ

Тема 1. Актуальність і сучасна практика застосування понять «Бренд», «Брендинг», «Бренд-менеджмент» в підприємницькій діяльності.

- Історія виникнення і актуальна трансформація терміну і поняття «Бренд».

Тема 2. Співвідношення понять сутності і характерних ознак «Позиціонування бренду», «Позиція бренду», «Ідентичність бренду», «Імідж бренду», «GAP - розрив бренду» в сучасній підприємницькій діяльності.

- Особливості формування ідентичності бренду.
- Характеристика елементів асоціацій бренду.

Тема 3. Створення персонального бренду («Я-бренду»)

- Етапи побудови персонального бренду
- Ключові складові і параметри процесу побудови персонального бренду

Тема 4. Технології кар'єрного просування

- Структура індустрії популярності
- Сфери, де можна домогтися популярності
- Види маркетингової стратегії персонального бренду

Тема 5. Особливості комунікаційної програми персонального бренду

- Види комунікацій, що сприяють успішній кар'єрі персонального бренду

- Інструменти і моделі кар'єрного просування персонального бренду

ПРАКТИЧНІ ЗАНЯТТЯ

1. Виникнення і розвиток брендингу. Сутність і зміст поняття «бренд». Класифікація брендів. Система ідентичності бренду. Особиста персоніфікація «Я-бренду».
2. Бренд-платформа побудови персонального бренду («Я-бренду»).
3. Позичування персонального бренду («Я-бренду»).
4. SWOT і SNW аналізи персонального бренду («Я-бренду»).
5. Вибір і формування маркетингової стратегії просування персонального бренду
6. Визначення ключових показників (KPI) ефективності персонального бренду.
7. Розробка системи формування та управління комплексом personal marketing mix в процесі реалізації власного стратегічного брендингу.
8. Моніторинг, діагностика і аналіз стану розвитку персонального бренду.
9. Розробка особистого плану маркетингу з формування, реалізації та контролю власного бренд-менеджменту .

5 Технічне обладнання та/або програмне забезпечення

Технічні засоби навчання.

Дистанційна платформа MOODLE, Teams, Zoom.

Активованій акаунт університетської пошти (student.i.p.@nmu.one) на Офіс365.

6. Система оцінювання та вимоги

6.1. Навчальні досягнення здобувачів вищої освіти за результатами вивчення курсу оцінюватимуться за шкалою, що наведена нижче:

Рейтингова шкала	Інституційна шкала
90 – 100	відмінно
75-89	добре
60-74	задовільно
0-59	незадовільно

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 тестування та самостійної роботи складатиме не менше 60 балів.

Поточна успішність складається з успішності за дві контрольні роботи (кожна максимально оцінюється у 20 балів), оцінок за роботу на семінарських/практичних заняттях (оцінюється 10 занять, участь у занятті максимально може принести здобувачу вищої освіти 5 балів) та відвідування занять – 10 балів за чверть. Отримані бали за контрольні роботи, семінарські/практичні заняття та відвідування занять додаються і є підсумковою оцінкою за вивчення навчальної дисципліни. Максимально за поточною успішністю здобувач вищої освіти може набрати 100 балів.

Підсумкове оцінювання (якщо здобувач вищої освіти набрав менше 60 балів та/або прагне поліпшити оцінку)	Залік відбувається у формі письмового іспиту, екзаменаційні білети складаються з 20 тестових запитань, 1 відкрите запитання. Кожний тест має один правильний варіант відповіді. Правильна відповідь на запитання тесту оцінюється у 4 бали. Правильна відповідь на відкрите запитання оцінюється у 20 балів. Відкриті запитання оцінюються шляхом співставлення з еталонними відповідями. Максимальна кількість балів за екзамен: 100
Практичні / Семінарські заняття	Ділові ігри та панельні вправи, де відпрацьовуються навички індивідуальної та командної роботи. Розгляд та обговорення кейсів (відеокейсів). Розв'язання задач. Максимально оцінюються у 50 балів (10 занять×5 балів/заняття).
Контрольні роботи	Охоплюють матеріали лекційного курсу. Містять тести та відкриті запитання. Максимально оцінюються у 30 балів (2 контрольні роботи×20 балів/контрольна робота).

6.3. Критерії оцінювання *письмової контрольної роботи*:

10 тестових завдань з чотирма варіантами відповідей, 1 правильна відповідь оцінюється у 1 бал.

Відкрите питання – 1 правильна відповідь оцінюється в 5 балів, причому:

5 балів – відповідність еталону, наведення прикладів з додаткової літератури

4 бали – відповідність еталону, правильна мова викладення матеріалу.

3 бали – відповідність еталону, помилки в граматиці та/або орфографії.

2 бали – зміст відповіді має стосунок до предмету запитання, проте не відповідає еталону, містить суттєві граматичні та орфографічні помилки, які ускладнюють розуміння тексту або викривляють зміст повідомлення.

1 бал – наявність текстової відповіді, яка не відповідає еталону, та/або не має стосунку до предмету запитання, містить суттєві граматичні та орфографічні

помилки, які ускладнюють розуміння тексту або викривляють зміст повідомлення.

6.4. Критерії оцінювання *ділових ігор* та *групових завдань* доводяться викладачем до відома здобувачів вищої освіти перед початком кожної ділової гри у вигляді правил та умов отримання оцінки. При цьому до уваги береться результат команди, злагодженість дій учасників, правильність виконання інструкцій, розподіл обов'язків між учасниками команди. У залежності від специфіки ділової гри зазначені умови можуть доповнюватися або змінюватися.

6.5. Критерії оцінювання *дискусій*:

5 балів: активна участь у дискусії (виступи, коментарі, активне слухання), володіння навчальним матеріалом, наведення аргументованих відповідей із посиланням на джерела.

4 бали: активна участь у дискусії (виступи, коментарі, активне слухання), володіння навчальним матеріалом з незначними помилками за сутністю обговорюваних питань.

3 бали: активна участь у дискусії (виступи, коментарі, активне слухання) без достатнього володіння навчальним матеріалом, що має стосунок до теми обговорення.

2 бали: залученість до дискусії викладачем, неуважність, відсутність достатніх знань про предмет обговорення.

1 бал: залученість до дискусії викладачем, небажання брати участь в дискусії, відсутність достатніх знань про предмет обговорення.

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 «Положення про систему запобігання та виявлення плагіату у Національному технічному університеті «Дніпровська політехніка»». http://www.nmu.org.ua/ua/content/activity/us_documents/System_of_prevention_and_detection_of_plagiarism.pdf.

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 тиждень (щонеділі) поштової скриньки на Офіс365.

7.3 Політика щодо перескладання

Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин оцінюються на нижчу оцінку. Перескладання відбувається із дозволу деканату за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний).

7.4 Відвідування занять

Для здобувачів вищої освіти денної форми відвідування занять є обов'язковим. Поважними причинами для неявки на заняття є хвороба, участь в університетських заходах, відрядження, які необхідно підтверджувати документами у разі тривалої (два тижні) відсутності. Про відсутність на занятті та причини відсутності здобувач вищої освіти має повідомити викладача або особисто, або через старосту. Якщо здобувач вищої освіти захворів, ми рекомендуємо залишатися вдома і навчатися за допомогою дистанційної платформи. Здобувачу вищої освіти, чий стан здоров'я є незадовільним і може вплинути на здоров'я інших здобувачів вищої освіти, буде пропонуватися залишити заняття (така відсутність вважатиметься пропуском з причини хвороби). Практичні заняття не проводяться повторно, ці оцінки неможливо отримати під час консультації, це саме стосується і колоквиумів. За об'єктивних причин (наприклад, міжнародна мобільність) навчання може відбуватись дистанційно - в онлайн-формі, за погодженням з викладачем.

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 Участь в анкетуванні

Наприкінці вивчення курсу та перед початком сесії здобувача вищої освіти буде запропоновано анонімно заповнити електронні анкети (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 Рекомендовані джерела інформації

Основні

1. Аакер Д. Создание сильных брендов / Д. Аакер. - [Електронне джерело]: Режим доступу URL: <http://rudocs.exdat.com/docs/index-28703.html> [Заголовок з екрану]
2. Траут Дж., Райс Э. Позиционирование. Битва за умы / Джек Траут, Эл Райс - Ст.П.: Питер, 2015. - 256 с.
3. Траут Дж., Рівкін С. Диферінційоюся або помри Вживання в епоху вбівчої конкуренції / Джек Траут, Стів Рівкін - м. Харків: Фабула, 2019. – 240 с.
4. Definition of a Personal Brand vs. Personal Branding [Електронний ресурс]. – Режим доступу URL: // <https://personalbrand.com/definition/> [Заголовок з екрану]
5. The Definitive Guide to Personal Branding [Електронне джерело]: Режим доступу URL: // <https://brandyourself.com/definitive-guide-to-personal-branding> [Заголовок з екрану]
6. 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]
7. Струтинська І.В. Бренд-менеджмент: теорія і практика .- навч. посібник/ укл.: І. В. Струтинська. – Тернопіль: Принт-офіс, 2015. – 204 с.
8. Шевченко О.Л. Бренд-менеджмент / Олена Шевченко / [Електронне джерело]: Режим доступу URL: <http://www.tnu.in.ua/study/refs/d176/file1264223.html> [Заголовок з екрану]
9. 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]
10. 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.
11. 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. Ладика Ірина, Селф-брендинг: якщо хочеш заробляти більше - 11.11.2017 / Ірина Ладика. - [Електронне джерело]: Режим доступу URL: <https://studway.com.ua/self-brending/> [Заголовок з екрану]
4. Yaitsky S., Я-Бренд. 6 пунктів селфбрендинга / Sergey Yaitsky. - [Електронне джерело]: Режим доступу URL: <https://www.cossa.ru/sandbox/32105/> [Заголовок з екрану]
5. 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]
6. Я – бренд: правила професійного позиціонування / [Електронний ресурс]: Режим доступу до ресурсу: <http://practicum.space/ya-brend/> [Заголовок з екрану]
7. Я-бренд: головні принципи просування – 18.03.2019 / [Електронний ресурс]: Режим доступу до ресурсу: <https://grc.ua/article/24306> [Заголовок з екрану]
8. 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]
9. Neumeier Marty, The Brand Gap: How To Bridge The Distance Between Business Strategy And Design / Marty Neumeier / [Електронне джерело]: Режим доступу URL: http://ptgmedia.pearsoncmg.com/images/0321348109/goodies/The_Brand_Gap.pdf [Заголовок з екрану]
10. Бренд & Брендинг. Можливості та небезпеки / [Електронний ресурс]: Режим доступу до ресурсу: http://uam.in.ua/ukr/content/mark_osvita/trenings/04_brand_and_brending.php [Заголовок з екрану]
11. Лос Юлия, Персональный брендинг / Юлия Лос / [Електронне джерело]: Режим доступу URL: // <https://yulialos.com/self-branding/> [Заголовок з екрану]
12. Дитяшова Инна, Персональный брендинг: 9 советов по созданию бренда личности /Инна Дитяшова / [Електронне джерело]: Режим доступу URL: // <https://koloro.ua/blog/brending-i-marketing / Personalniy brending: 9 sovetov po sozdaniyu brenda lichnosti.html> [Заголовок з екрану]

13. Персональний брендинг – поведай о себе миру / [Електронне джерело]: Режим доступу URL: // https://monoxrom.ru/publications/personalnyj_brending_povedaj_o_sebe_miru/ [Заголовок з екрану]
14. Персональний брендинг / [Електронне джерело]: Режим доступу URL: // <https://www.seotm.com/ua/blog/personalniy-brending.html> [Заголовок з екрану]
15. 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]