



Силабус курсу

Персональний брендинг

- *Ступінь вищої освіти – бакалавр
- *Галузь знань – 29 Міжнародні відносини
- *Спеціальність – 291 Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії
- *Освітньо-професійна програма «Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії»

*Рік навчання: IV, *Семестр: VII

*Кількість кредитів: 5 Мова викладання: українська

Керівник курсу

ПІП

доцент Братко Олександра Семенівна

Контактна інформація

sbratco@ukr.net

Опис дисципліни

Метою викладання навчальної дисципліни «Персональний брендинг» є отримання необхідних теоретичних і практичних знань щодо переваг персонального брендингу та його формування.

Завдання вивчення дисципліни «Персональний брендинг»: ключових аспектів персонального бренду: код бренду, переваги бренду, способи досягнення популярності; методів формування персонального бренду; аналітичних засад в роботі з персональним брендом; способів позиціонування та стратегії просування персонального бренду; методів просування персонального бренду в інтернет-просторі.

Структура курсу

Тема	Результати навчання	Завдання
Тема 1. Брендинг в сучасних умовах	Засвоїти категорійний апарат та тренди розвитку брендингу в сучасних умовах.	Поточне опитування
Тема 2. Характеристики персонального бренду та його сутність	Оволодіння основними принципами та необхідністю побудови персонального бренду.	Тестові завдання, поточне опитування
Тема 3. Алгоритм створення персонального бренду	Знати моделі створення бренду, основні етапи створення персонального бренду.	Тестові завдання, поточне опитування
Тема 4. Алгоритм створення продукту в персональному брендингу	Засвоїти процедуру створення власного персонального бренду: навіщо; для кого; що саме я обіцяю.	Тестові завдання, поточне опитування

Тема 5. Візуальний образ бренду	Оволодіти прийомами створення візуального образу персонального бренду.	Розробка плану брендингу
Тема 6. Розповсюдження персонального бренду	Ознайомитися з основними каналами поширення персонального бренду.	Ділова ситуація
Тема 7. Правила та методи роботи з офлайн каналами просування персонального бренду	Засвоїти основні правила та принципи роботи з офлайн каналами просування бренду.	Ситуаційне завдання
Тема 8. Онлайн канали просування персонального бренду	Ознайомитися з характеристиками онлайн каналів просування бренду та принципами роботи з ними.	Кейс, тестові завдання
Тема 9. Персональний бренд найманого співробітника	Оволодіти прийомами створення персонального бренду найманого працівника.	Ситуаційне завдання
Тема 10. Персональний бренд підприємця	Засвоїти особливості створення персонального бренду підприємця.	Практичне завдання

Літературні джерела

1. Вос Елена. Культ личности. Стратегия создания мощного персонального бренда. Издательский дом «Комсомольская правда», 2020. URL: <https://readli.net/chitat-online/?b=1051612&pg=1>
2. Герасименко В.В., Очковская М.С. Бренд-менеджмент. Учебное пособие. М.: Экономический факультет МГУ имени М.В. Ломоносова, 2016. 100 с.
3. Дональд Міллер. Метод StoryBrand. В: Альпіна Паблішер, 2020. 232с.
4. Дорі Кларк. Персональний ребрендинг. Как изменить свой имидж, сохранив репутацию. Ви-во:Манн, Іванов і Фербер, 2021. 224с.
5. Енді Мілліган, Саймон Бейлі. Міфи про брендинг. Фабула, 2020. 256с.
6. Роулз Деніел. Цифровий брендинг: Повне покрокове керівництво зі стратегії, тактики, інструментів та вимірювань. Пер. з англ. К. Деревянко. Харків : Вид-во «Ранок» :Фабула, 2020. 256 с.
7. Х'юберт К. Рамперсад. Аутентичний персональний бренд. Олімп-бізнес, 2016. 272с.
8. Юрген Саленбахер. Креативний особистий брендинг. Фабула, 2019. 240с.
9. A.Viler. Designing Brand Identity: An Essential Guide for the Whole Branding Team. КМ-БУКС, 2020.336с.

Політика оцінювання

Політика щодо дедлайнів і перескладання: Для виконання індивідуальних завдань і проведення контрольних заходів встановлюються конкретні терміни. Перескладання модулів відбувається з дозволу дирекції факультету (інституту) за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний).

Політика щодо академічної доброчесності: Письмові роботи підлягають перевірці на наявність плагіату та допускаються до захисту з коректними текстовими запозиченнями. Використання друкованих і електронних джерел інформації під час контрольних заходів та екзаменів заборонено.

Політика щодо відвідування: Відвідування занять є обов'язковим компонентом оцінювання. За об'єктивних причин (наприклад, карантин, воєнний стан, хвороба, закордонне стажування) навчання може відбуватись в онлайн формі за погодженням із керівником курсу.

Оцінювання

Підсумковий бал (за 100-бальною шкалою) з дисципліни «Персональний брендинг» визначається як середньозважена величина, в залежності від питомої ваги кожної складової залікового кредиту.

Заліковий модуль 1	Заліковий модуль 2	Заліковий модуль 3
30	40	30
Опитування під час занять (1-4 теми) - 5 балів за тему - макс. 20 балів Модульна контрольна робота (теми 1-4) – макс. 80 балів	Опитування під час занять (5-10теми) 5 балів за тему – макс.30 балів Модульна контрольна робота (теми 5-10) –макс. 70 балів	Підготовка та захист КПІЗ -макс. 80 балів Участь у тренінгах – макс. 20 балів

Шкала оцінювання:

За шкалою університету	За національною шкалою	За шкалою ECTS
90-100	Відмінно	A (відмінно)
85-89	Добре	B (дуже добре)
75-84		C (добре)
65-74	Задовільно	D (задовільно)
60-64		E (достатньо)
35-59	Незадовільно	FX (незадовільно з можливістю повторного складання)
1-34		F (незадовільно з обов'язковим повторним курсом)