

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАХІДНОУКРАЇНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

ЗАТВЕРДЖУЮ

Директор Навчально-наукового
інституту міжнародних відносин
ім. Б.Д. Гаврилишина
Ірина ІВАЦУК

« 31.01.2023 » 2023 р.

ЗАТВЕРДЖУЮ

В. о. проректора з науково-
педагогічної роботи
Віктор ОСТРОВЕРХОВ

« 31.01.2023 » 2023 р.

ЗАТВЕРДЖУЮ

Директор Навчально-наукового
інституту новітніх освітніх
технологій
Святослав ПИТЕЛЬ

« 31.01.2023 » 2023 р.

РОБОЧА ПРОГРАМА
з дисципліни
«ПЕРСОНАЛЬНИЙ БРЕНДИНГ»

ступінь вищої освіти «бакалавр»

галузь знань 29 Міжнародні відносини

спеціальність 292 Міжнародні економічні відносини

освітньо – професійна програма «Міжнародні економічні відносини»

Кафедра міжнародних економічних відносин

Форма навчання	Курс	Семестр	Лекції (год.)	Практ. (год.)	ІРС (год.)	Тренінг, КПЗ (год.)	Самост. робота студ. (год.)	Разом (год.)	Залік (сем.)
Денна	3	6	28	28	3	8	83	150	6
Заочна	3	6	8	4	-	-	138	150	6

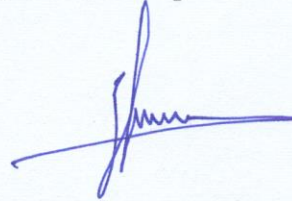
Тернопіль – ЗУНУ
2023

31.01.2023

Робочу програму склала доцент кафедри міжнародних економічних відносин
Олександра БРАТКО

Робоча програма затверджена на засіданні кафедри міжнародних
економічних відносин, протокол № 1 від 29.08.2023р.

Завідувач кафедри
д.е.н, проф.



Роман ЗВАРИЧ

Розглянуто та схвалено групою забезпечення спеціальності 292 «Міжнародні
економічні відносини», протокол № 1 від 31.08.2023р.

Голова групи забезпечення спеціальності
д.е.н., проф.



Роман ЗВАРИЧ

Гарант ОПП, доцент



Олександра БРАТКО

СТРУКТУРА РОБОЧОЇ ПРОГРАМИ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «Персональний брендинг»

1. Опис дисципліни «Персональний брендинг»

Дисципліна – Персональний брендинг	Галузь знань, спеціальність, СВО	Характеристика навчальної дисципліни
Кількість кредитів: ECTS – 5	Галузь знань – 29 «Міжнародні відносини»	Статус дисципліни – вибіркова Мова навчання – українська
Кількість залікових модулів – 3	Спеціальність – 292 «Міжнародні економічні відносини»	Рік підготовки (денна/заочна) – 3/3 Семестр (денна/заочна) – 6/6
Кількість змістових модулів – 2	Ступінь вищої освіти – бакалавр	Лекції (денна/заочна) – 28/8 Практичні заняття (денна/заочна) – 28/4
Загальна кількість годин – 150		Самостійна робота (денна/заочна) – 83/138 Тренінг, КПЗ (денна) – 8/- Індивідуальна робота (денна) – 3/-
Тижневих годин – 11 з них аудиторних – 4		Вид підсумкового контролю: залік

2. Мета і завдання дисципліни «Персональний брендинг»

2.1. Мета вивчення дисципліни

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

2.2. Завдання вивчення дисципліни

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.

3. Зміст дисципліни «Персональний брендинг»

Змістовий модуль 1. Теоретичні основи персонального брендингу

Тема 1. Брендинг в сучасних умовах

Причини та розвиток концепції брендингу. Визначення поняття бренд. Зв'язок між торговою маркою, товарним знаком та брендом. Класифікація брендів. Вигоди бренду для покупця та виробника. Сучасні тенденції брендингу.

Тема 2. Характеристики персонального бренду та його сутність

Поняття "персональний бренд" та його визначення. Класифікація персональних брендів. Переваги побудови власного персонального бренду. Основні помилки при роботі над створенням персонального бренду та їх усунення

Тема 3. Алгоритм створення персонального бренду

Моделі створення бренду. Основні етапи створення персонального бренду

Тема 4. Алгоритм створення продукту в персональному брендингу

Визначення мети побудови персонального брендингу. Визначення цільової аудиторії як складова формування образу. Формування власного образу в очах цільової аудиторії.

Змістовий модуль 2. Складові формування персонального бренду

Тема 5. Візуальний образ бренду

Роль імені в персональному брендингу. Робота з зовнішнім виглядом. Невербальні сигнали формування образу бренду. Сторітеллінг. Створення власної історії.

Тема 6. Розповсюдження персонального бренду

Способи донесення цінностей бренду. Техніка PR. Точки контактів. Загальна характеристика каналів розповсюдження персонального бренду.

Тема 7. Правила та методи роботи з офлайн каналами просування персонального бренду

Робота з засобами масової інформації. Основні тексти для ЗМІ. Участь в заходах. Підготовка презентації. Стратегії ефективного нетворкінгу.

Тема 8. Онлайн канали просування персонального бренду

Email-маркетинг. Характеристики. Цілі. Правила створення email-розсилки. Підготовка матеріалів для email-розсилки. Соціальні мережі як інструмент формування та просування персонального бренду. Основні інструменти. Аудиторія соціальних мереж. Переваги для особистого бренду. Створення групи в соціальних мережах. Створення особистого сайту.

Тема 9. Персональний бренд найманого співробітника

Переваги особистого бренду для найманого співробітника. Зовнішній вигляд. Невербальне спілкування. Робота найманого співробітника з засобами масової інформації. Створення власних проєктів.

Тема 10. Персональний бренд підприємця

Причини та необхідність створення персонального бренду. Упаковка підприємця: впізнаваність, підвищення лояльності посилення відчуття власної важливості. Комунікації з ЗМІ. Статті про особу або компанію. Інтерв'ю, експертні коментарі. Публічні виступи. Підготовка до публічних виступів. Соціальні мережі і блоги.

**4. Структура залікового кредиту дисципліни
«Персональний брендинг»
ДФН**

Тема	Кількість годин					Контрольні заходи
	Лекції	Практичні заняття	СРС	ІРС	Тренінг, КПЗ	
Змістовий модуль 1. Теоретичні основи персонального брендингу						
Тема 1. Брендинг в сучасних умовах	2	2	11	1	4	Поточне опитування
Тема 2. Характеристики персонального бренду та його сутність	2	2	10			Тестові завдання, поточне опитування
Тема 3. Алгоритм створення персонального бренду	4	2	10			Тестові завдання, поточне опитування
Тема 4. Алгоритм створення продукту в персональному брендингу	4	2	10	1		Тестові завдання, поточне опитування
Змістовий модуль 2. Складові формування персонального бренду						
Тема 5. Візуальний образ бренду	2	2	10	1	4	Розробка плану брендингу
Тема 6. Розповсюдження персонального бренду	2	2	10			Ділова ситуація
Тема 7. Правила та методи роботи з офлайн каналами просування персонального бренду	4	2	10			Ситуаційне завдання
Тема 8. Онлайн канали просування персонального бренду	4	2	10			Кейс, тестові завдання
Тема 9. Персональний бренд найманого співробітника	2	2	10			Ситуаційне завдання
Тема 10. Персональний бренд підприємця	2	2	10			Практичне завдання
Разом	28	28	83	3	8	

ЗФН

Тема	Кількість годин		
	Лекції	Практичні заняття	СРС
Змістовий модуль 1. Теоретичні основи персонального брендингу			
Тема 1. Брендинг в сучасних умовах	2	2	8
Тема 2. Характеристики персонального бренду та його сутність			10
Тема 3. Алгоритм створення персонального бренду			10
Тема 4. Алгоритм створення продукту в персональному брендингу			10
Змістовий модуль 2. Складові формування персонального бренду			
Тема 5. Візуальний образ бренду	2	1	10
Тема 6. Розповсюдження персонального бренду			10
Тема 7. Правила та методи роботи з офлайн каналами просування персонального бренду	2		10
Тема 8. Онлайн канали просування персонального бренду		10	
Тема 9. Персональний бренд найманого співробітника	2	1	10
Тема 10. Персональний бренд підприємця			10
Разом	8	4	138

5. Тематика практичних занять

«Персональний брендинг»

Практичне заняття 1.

Тема 1. Брендинг в сучасних умовах

Мета: засвоєння категорійного апарату та трендів розвитку брендингу в сучасних умовах.

Питання для обговорення:

1. Причини та розвиток концепції брендингу.
2. Визначення поняття бренд. Зв'язок між торговою маркою, товарним знаком та брендом.
3. Класифікація брендів.
4. Вигоди бренду для покупця та виробника.
5. Сучасні тенденції брендингу.

Практичне заняття 2.

Тема 2. Характеристики персонального бренду та його сутність

Мета: оволодіння основними принципами та необхідністю побудови персонального бренду.

Питання для обговорення:

1. Поняття "персональний бренд" та його визначення
2. Класифікація персональних брендів
3. Переваги побудови власного персонального бренду
4. Основні помилки при роботі над створенням персонального бренду та їх усунення

Практичне заняття 3-4.

Тема 3. Алгоритм створення персонального бренду

Мета: ознайомитися з методикою створення персонального бренду.

Питання для обговорення:

1. Моделі створення бренду
2. Основні етапи створення персонального бренду

Практичне заняття 5-6.

Тема 4. Алгоритм створення продукту в персональному брендингу

Мета: засвоїти процедуру створення власного персонального бренду: навіщо; для кого; що саме я обіцяю.

Питання для обговорення:

1. Визначення мети побудови персонального брендингу.
2. Визначення цільової аудиторії як складова формування образу.
3. Формування власного образу в очах цільової аудиторії.

Практичне заняття 7.

Тема 5. Візуальний образ бренду

Мета: оволодіти прийомами створення візуального образу персонального бренду.

Питання для обговорення:

1. Роль імені в персональному брендингу.

2. Робота з зовнішнім виглядом. Невербальні сигнали формування образу бренду.
3. Сторітеллінг. Створення власної історії.

Практичне заняття 8.

Тема 6. Розповсюдження персонального бренду

Мета: ознайомитися з основними каналами поширення персонального бренду.

Питання для обговорення:

1. Способи донесення цінностей бренду.
2. Техніка PR. Точки контактів.
3. Загальна характеристика каналів розповсюдження персонального бренду.

Практичне заняття 9-10.

Тема 7. Правила та методи роботи з офлайн каналами просування персонального бренду

Мета: засвоїти основні правила та принципи роботи з офлайн каналами просування бренду.

Питання для обговорення:

1. Робота з засобами масової інформації.
2. Основні тексти для ЗМІ.
3. Участь в заходах.
4. Підготовка презентації.
5. Стратегії ефективного нетворкінгу.

Практичне заняття 11-12.

Тема 8. Онлайн канали просування персонального бренду

Мета: ознайомитися з характеристиками онлайн каналів просування бренду та принципами роботи з ними.

Питання для обговорення:

1. Email-маркетинг. Характеристики. Цілі. Правила створення email-розсилки.
2. Підготовка матеріалів для email-розсилки.
3. Соціальні мережі як інструмент формування та просування персонального бренду. Основні інструменти.
4. Аудиторія соціальних мереж. Переваги для особистого бренду. Створення групи в соціальних мережах. Створення особистого сайту.

Практичне заняття 13.

Тема 9. Персональний бренд найманого співробітника

Мета: оволодіти прийомами створення персонального бренду найманого працівника.

Питання для обговорення:

1. Переваги особистого бренду для найманого співробітника. Зовнішній вигляд.
2. Невербальне спілкування.
3. Робота найманого співробітника з засобами масової інформації.
4. Створення власних проєктів.

Практичне заняття 14.

Тема 10. Персональний бренд підприємця

Мета: ознайомити з особливостями створення персонального бренду підприємця.

Питання для обговорення:

1. Причини та необхідність створення персонального бренду.
2. Упаковка підприємця: впізнаваність, підвищення лояльності посилення відчуття власної важливості.
3. Комунікації з ЗМІ. Статті про особу або компанію. Інтерв'ю. експертні коментарі.
4. Публічні виступи. Підготовка до публічних виступів. Соціальні мережі і блоги.

6. Тренінг, комплексне практичне індивідуальне завдання

Організація та проведення тренінгу

Мета - відпрацювання навичок організації та проведення ефективної самопрезентації.

Під час проведення тренінгу студенти виконують наступні завдання:

- а) здійснити опис цільової аудиторії, описати проблеми з якими стикаються представники визначеної аудиторії, які мрії у них
- б) проаналізувати та описати чим ви, як особа зможете їх зацікавити, чим можете запам'ятися, в чому ваша унікальність, які проблеми цільової аудиторії можете вирішити
- в) описати самопрезентації

Організація та проведення КПЗ

Комплексне практичне індивідуальне завдання передбачає презентацію власного бренду за наступним алгоритмом: мета створення бренду; цільова аудиторія; SWOT аналіз власної особи; упаковка особистого бренду; стратегії просування та основні інструменти. Роботу виконує кожний індивідуально.

7. Самостійна робота студентів

№ п/п	Тематика
1	Системний погляд на персональний брендинг
2	Формування персонального бренду
3	Аналітика в роботі з персональним брендом
4	Моделі побудови бренду
5	Розробка позиціонування та стратегії просування
6	Візуальний образ бренду
7	Просування персонального бренду в інтернет-просторі
8	Управління враженнями і самопрезентація
Разом год.: 83/138	

8. Засоби оцінювання та методи демонстрування результатів навчання

В процесі вивчення дисципліни «Персональний брендинг» використовуються наступні методи оцінювання навчальної роботи студента:

- поточне тестування та оцінювання рівня активності студента під час виконання практичних завдань;
- підсумкове тестування і/або письмова контрольна робота по кожному змістовому модулю;
- ректорська контрольна робота;
- оцінювання виконання КПІЗ.

9. Критерії, форми поточного та підсумкового контролю

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. 60 балів Участь у тренінгах – макс. 40 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)

10. Інструменти, обладнання та програмне забезпечення, використання яких передбачає навчальна дисципліна

№	Найменування	Номер теми
1	Ноутбук	1-10
2	Мультимедійний проектор	1-10

Рекомендовані джерела інформації

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, Иванов 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.