

СИЛАБУС КУРСУ  
ПЕРСОНАЛЬНИЙ БРЕНДИНГ



Ступінь вищої освіти – бакалавр  
Галузь знань – 02 Культура і мистецтво  
Спеціальність – 022 Дизайн  
Спеціалізація: 022.01 Графічний дизайн  
Освітньо-професійна програма «Графічний дизайн»

Рік навчання: 2, Семестр: 4

Кількість кредитів: 5

Мова викладання: українська

**Керівник курсу**

**ІІІ доцент Братко Олександра Семенівна**

**Контактна інформація** sbratco@ukr.net,

+38(098)672-85-00

**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**

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.	Ситуаційн е завдання
Тема 10. Персональний бренд підприємця	Засвоїти особливості створення персонального бренду підприємця.	Практичне завдання

### *ЛІТЕРАТУРНІ ДЖЕРЕЛА*

1. Байрон Шарп. Характеристики Як зростають бренди. Чого не знають маркетологи. Наш Формат, 2019. 240 с.
2. Братко О.С., Саламон І.І. Використання цифрових технологій для просування продукції на міжнародних ринках. Ефективна економіка. 2022. № 5. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=10289>. DOI: 10.32702/2307-2105-2022.5.80
3. Братко О., Блажей І., Пеляк Г. Сучасні тренди українського брендингу. Економічний простір. Збірник наукових праць. 2020. №154. С. 79-84.
4. Братко О.С., Мигаль О.Ф., Блажей І.А. Consumer behavior trends in Ukraine under rapid technological change. Міжнародний науковий журнал «Інтернаука». Серія: «Економічні науки». №8 (28). Серпень 2019. С. 41-46.
1. Братко О.С., Демків Ю.А. Ключові фактори успіху компаній у цифрову епоху. Ефективна економіка. 2022. №6. URL: <http://www.nauka.com.ua>
  2. Дональд Міллер. Метод StoryBrand. В: Альпіна Паблішер, 2020. 232с.
  3. Дорі Кларк. Персональний ребрендинг. Як змінити свій імідж, зберігши репутацію. Ви-во: Манн, Іванов і Фербер, 2021. 224с.
  4. Енді Мілліган, Саймон Бейлі. Міфи про брендинг. Фабула, 2020. 256с.
  5. Максим Демченко. Бренд у сучасних медіа: принципи формування, просування та розвитку. URL: <https://www.lsl.lviv.ua/wpcontent/uploads/Zb/NDI2010/JRN/P DF/38.pdf>
  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. Саленбахер, Юрген. Креативний особистий бренд. Створюйте можливості. Зростаєте як особистість. Вирізняйтесь. Харків : Видавництво Фабула #PRO, 2019. 223 с.
  8. Що таке бренд простими словами: види брендів + інструкція по розробці бренду для компанії. URL: <https://www.bmb.com.ua/2020/02/shcho-take-brend-prostimi-slovami-vidi-brendiv.html>
  9. Юрген Саленбахер. Креативний особистий брендинг. Фабула, 2019. 240с.
  10. A.Viler. Designing Brand Identity: An Essential Guide for the Whole Branding Team. КМ-БУКС, 2020. 336с.
  11. Definition of brand communication from the Cambridge Business English Dictionary. – Way of access: <http://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/brand-communication>.

## 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 за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний).

*Політика щодо академічної доброчесності.* Використання друкованих і електронних джерел інформації під час контрольних заходів та екзаменів заборонено.

*Політика щодо відвідування.* За об'єктивних причин (наприклад, карантин, воєнний стан, хвороба, закордонне стажування) навчання може відбуватись в он-лайн формі за погодженням із керівником курсу з дозволу дирекції факультету.

### Політика щодо визнання результатів навчання

Відповідно до «Положення про визнання в Західноукраїнському національному університеті результатів попереднього навчання» ([https://www.wunu.edu.ua/pdf/pologenya/Polozhennya\\_ruzult\\_poper\\_navch.pdf](https://www.wunu.edu.ua/pdf/pologenya/Polozhennya_ruzult_poper_navch.pdf)) здобувачам вищої освіти може бути зараховано результати навчання (неформальної / інформальної освіти, академічної мобільності тощо) на підставі документів, що їх підтверджують (сертифікати, довідки, документи про підвищення кваліфікації тощо).

Рішення про зарахування здобувачу результатів (певного освітнього компонента в цілому, або ж окремого виду навчальної роботи за таким освітнім компонентом) приймає вповноважена

Комісія з визнання результатів навчання за процедурою, визначеною вищезазначеним положенням.

## ОЦІНЮВАННЯ

У процесі вивчення дисципліни «Персональний брендинг» використовуються наступні методи оцінювання навчальної роботи студента за 100-бальною шкалою:

Модуль 1		Модуль 2	Модуль 3
40%	40%	5%	15%
Поточне оцінювання	Модульний контроль	Тренінг	Самостійна робота
Визначається як середнє арифметичне з оцінок, отриманих під час практичних занять.	1. Теоретичні питання (2 пит.) – макс. 60 балів. 2. Практичне завдання – макс. 40 балів.	Оцінювання презентаційних матеріалів за підсумками виконання тренінгового завдання.	Оцінювання виконання наскрізного проєкту

## ШКАЛА ОЦІНЮВАННЯ:

За шкалою університету	За національною шкалою	За шкалою ECTS
90-100	Відмінно	<b>A</b> (відмінно)
85-89	Добре	<b>B</b> (дуже добре)
75-84		<b>C</b> (добре)
65-74	Задовільно	<b>D</b> (задовільно)
60-64		<b>E</b> (достатньо)

35-59	Незадовільно	<b>FX</b> (незадовільно з можливістю повторного складання)
1-34		<b>F</b> (незадовільно з обов'язковим повторним курсом)

