

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ПОЛТАВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

КАФЕДРА МЕНЕДЖМЕНТУ ІМ. І. А. МАРКІНОЇ

**СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
УПРАВЛІННЯ SELF-БРЕНДИНГОМ ТА ДІЛОВИМ ІМІДЖЕМ
(міжфакультетська вибіркова навчальна дисципліна)**

третій (освітньо-науковий рівень) вищої освіти

Розробник:

Воронько-Невіднича Тетяна –

завідувач, доцент кафедри менеджменту ім. І. А. Маркіної,
к.е.н., доцент

Полтава
2023-2024 н.р.

Форма опису навчальної дисципліни та інформація про розробника

Назва навчальної дисципліни	УПРАВЛІННЯ SELF-БРЕНДИНГОМ ТА ДІЛОВИМ ІМІДЖЕМ міжфакультетська вибіркова навчальна дисципліна
Назва структурного підрозділу	Кафедра менеджменту ім. І. А. Маркіної Навчально-наукового інституту економіки, управління, права та інформаційних технологій
Контактні дані розробників, які залучені до викладання	Викладач: Воронько-Невіднича Тетяна Вікторівна , к.е.н., доцент Контакти: ауд. 488, навчальний корпус №4 e-mail: tetiana.voronko-nevidnycha@pdaa.edu.ua, 0509568685 сторінка викладача: https://www.pdaa.edu.ua/people/voronko-nevidnycha-tetyana-viktorivna
Рівень вищої освіти	Третій (освітньо-науковий) рівень
Спеціальність	-
Попередні умови для вивчення навчальної дисципліни	<i>За відповідним рівнем, дисципліни, що передують вивченню «Управління self-брендингом та діловим іміджем» – навчальні дисципліни професійної підготовки</i>

Заплановані результати навчання:

Мета вивчення навчальної дисципліни сформувати у здобувачів вищої освіти цілісного уявлення про сутність і значення створення зовнішнього та внутрішнього іміджу фахівця в процесі управлінської діяльності, навчити принципам, методам і технологіям створення й управління іміджем майбутнього фахівця, підприємства (організації, установи).

Основні завдання навчальної дисципліни: засвоєння теоретичних основ формування позитивного іміджу сучасного фахівця, технологій ділового етикету, стилів керівництва, теоретичних основ поведінки людини в організації, стратегій формування іміджу фахівця та підприємства (організації, установи); розкриття іміджу сучасного фахівця як цілісного соціально-економічного феномену, який впливає на результативність управлінської діяльності тощо.

Компетентності:

загальні:

ЗК1. Оволодіння загальнонауковими компетентностями, спрямованими на формування системного наукового світогляду;

ЗК2. Здатність до критичного мислення генерування нових складних ідей, аналізу та синтезу цілісних знань.

Програмні результати навчання:

РН. Демонструвати володіння навичками застосування інструментарію формування персонального бренду та управління діловим іміджем.

Програма та структура навчальної дисципліни:**Структура (тематичний план) навчальної дисципліни**

Назви тем	АС_2022			
	усього	у т. ч.		
		л	п	с. р.
Тема 1. Системний погляд на персональний бренд	18	2	4	12
Тема 2. Формування персонального бренду	16	2	2	12
Тема 3. Просування персонального бренду	18	4	4	10
Тема 4. Теоретичні основи формування ділового іміджу	16	2	4	10
Тема 5. Технологічні основи побудови ділового іміджу	18	2	4	12
Тема 6. Особливості управління діловим іміджем	18	2	4	12
Тема 7. Самопрезентація як найважливіший елемент культури науковця	16	2	2	12
Усього годин	120	16	24	80

Форми оцінювання результатів навчання:**АС_2022**

Програмні результати навчання	Форми контролю результатів навчання здобувачів вищої освіти				Разом
	обговорення теоретичних питань	письмове та усне виконання вправ на практичних заняттях	виконання завдань самостійної роботи		
			презентація	участь у науково-практичних, науково-методичних конференціях (написання тез)	
РН. Демонструвати володіння навичками застосування інструментарію формування персонального бренду та управління діловим іміджем	21	42	27	10	100
Разом	21	42	27	10	100

**Схема нарахування балів з навчальної дисципліни
АС_2022**

Назва теми	Форми контролю результатів навчання здобувачів вищої освіти				Разом
	обговорення теоретичних питань	письмове та усне виконання вправ на практичних заняттях	виконання завдань самостійної роботи		
			презентація	участь у науково-практичних, науково-методичних конференціях (написання тез)	
Тема 1. Системний погляд на персональний бренд	3	6			9
Тема 2. Формування персонального бренду	3	6			9
Тема 3. Просування персонального бренду	3	6			9
Тема 4. Теоретичні основи формування ділового іміджу	3	6			9
Тема 5. Технологічні основи побудови ділового іміджу	3	6			9
Тема 6. Особливості управління діловим іміджем	3	6			9
Тема 7. Самопрезентація як найважливіший елемент культури науковця	3	6	27	10	46
Разом	21	42	27	10	100

Форми, шкала та критерії оцінювання результатів навчання при проведенні поточного контролю успішності здобувачів вищої освіти:

- обговорення теоретичних питань:

3 бали – вірно розкриті питання; здобувач вищої освіти демонструє розуміння сутності матеріалу, логічність та самостійність у його викладі; аргументовано обґрунтовує свою думку; відповідь містить обґрунтовані висновки;

2 бали – здобувач вищої освіти демонструє знання і розуміння основних положень питання, але викладає матеріал не досить повно, не завжди глибоко і переконливо обґрунтовує свої думки; присутні помилки у мовленнєвому оформленні відповіді;

1 бал - здобувач вищої освіти демонструє поверхневі знання і розуміння основних положень питання; наявні суттєві помилки; висновки неповні.

- письмове та усне виконання вправ на практичних заняттях:

6 балів – вірно розкриті питання; здобувач вищої освіти демонструє розуміння сутності матеріалу, логічність та самостійність у його викладі; аргументовано обґрунтовує свою думку; відповідь виконаної вправи містить обґрунтовані висновки;

5 балів – здобувач вищої освіти знає істотні ознаки понять, явищ, зв'язки між ними, вміє пояснити основні закономірності, що дозволяє демонструвати результати навчання в стандартних ситуаціях; володіє розумовими операціями (аналізом, абстрагуванням, узагальненням тощо), вміє робити висновки, виправляти допущені помилки. Проте бракує власних суджень;

4 балів – здобувач вищої освіти демонструє знання і розуміння основ питань завдання, але викладає матеріал не досить повно, не завжди глибоко і переконливо обґрунтовує свої думки; присутні помилки у мовленнєвому оформленні відповіді;

3 бали – здобувач вищої освіти демонструє поверхневі знання і розуміння основних положень практичних питань; наявні суттєві помилки;

1-2 бали – виконання вправи відсутнє, завдання не виконано

- виконання завдань самостійної роботи

участь у науково-практичних, науково-методичних конференціях (написання тез)

10 балів - здобувач вищої освіти демонструє розуміння сутності матеріалу, логічність та самостійність у його викладі; аргументовано обґрунтовує свою думку, тези написані та опубліковані, активна участь у конференції (як доповідач);

8-9 балів – здобувач вищої освіти демонструє розуміння сутності матеріалу, логічність та самостійність у його викладі; аргументовано обґрунтовує свою думку, тези написані та опубліковані, наявна участь у конференції;

4-7 балів – здобувач вищої освіти демонструє знання і розуміння основних положень питання, але викладає матеріал не досить повно, не завжди глибоко і переконливо обґрунтовує свої думки; присутні несуттєві помилки у мовленнєвому оформленні;

1-3 бали – здобувач вищої освіти демонструє поверхневі знання і розуміння основних положень матеріалу; наявні суттєві помилки;

0 балів – тези відсутні, не підготовлені.

- виконання завдань самостійної роботи

(підготовка презентації)

Мета			
Всі частини презентації пов'язані з метою і предметом дослідження	Всі частини презентації містять важливі твердження за темою дослідження	Основні частини презентації містять важливі твердження за темою дослідження, але деякі фрагменти не мають відношення до теми	Презентація має тему, однак частина матеріалу не має відношення до теми дослідження
Висновки			
Результати дослідження узагальнюються з метою формулювання важливих і значущих висновків за темою дослідження	Результати дослідження узагальнюються з метою формулювання висновків за темою дослідження	Деякі висновки є нелогічними і необґрунтованими	Висновки практично відсутні або є нелогічними
Ключові положення			
Презентація має в основі ключові положення, які повністю розкривають тему дослідження	Презентація має в основі декілька ключових положень, які не повністю розкривають тему дослідження	Презентація має в основі декілька ключових положень, однак вони перевантажені інформацією або позбавлені інформації	У презентації не визначені ключові положення
Структура			
Презентація починається слайдом, який викликає інтерес до теми дослідження, презентація надає інформацію в логічній послідовності, презентація завершується, змушуючи замислитись над ідеєю і темою дослідження	Презентація починається із вступу, надає інформацію в певному порядку і завершується викладенням важливих моментів дослідження	Презентація має вступ і висновки, однак вони не спонукають замислитись над темою дослідження. Послідовність надання інформації не сприяє повністю розкрити тему дослідження	Презентація не містить вступу і висновків. Побудова презентації не дає чіткого уявлення про тему дослідження
Оцінювання			
Високий рівень демонстрування навичок обрання та застосування основних принципів та закономірностей управління self-брендингом та діловим іміджем	Достатній рівень демонстрування навичок обрання та застосування основних принципів та закономірностей управління self-брендингом та діловим іміджем	Середній рівень демонстрування навичок обрання та застосування основних принципів та закономірностей управління self-брендингом та діловим іміджем	Низький рівень демонстрування навичок обрання та застосування основних принципів та закономірностей управління self-брендингом та діловим іміджем
23-27 балів	15-22 балів	7-14 балів	1-6 балів

Трудомісткість

Загальна кількість годин – 120 год.

Кількість кредитів – 4,0.

Форма семестрового контролю – залік.

Політика оцінювання

Відвідування занять є обов'язковим. Усі завдання, передбачені програмою, мають бути виконані у встановлений термін. Тези, у разі їх підготовки здобувачем вищої освіти, перевіряються на наявність плагиату і допускаються до друку та зарахування, із коректними текстовими запозиченнями у межах встановлених норм. У разі виявлення факту плагиату тези вважаються такими, що не підготовлені та додаткові бали за них не зараховуються. Списування під час екзамену / аудиторної контрольної роботи заборонені (у т. ч. із використанням мобільних пристроїв). Мобільні пристрої дозволяється використовувати лише під час он-лайн тестування та виконання розрахунків по практичним завданням, що їх передбачають. Документи стосовно академічної доброчесності наведені на сторінці АКАДЕМІЧНА ДОБРОЧЕСНІСТЬ ПДАУ: <https://www.pdaa.edu.ua/content/akademichna-dobrochesnist>.

Є можливість опанування даної навчальної дисципліни за програмами академічної мобільності (внутрішньої / міжнародної) за наявними укладеними угодами (договорами) між Університетом та закладом-партнером та / або індивідуальними запрошеннями. Визнання та перезарахування результатів такого навчання відбувається спеціально створеною комісією на підставі поданих здобувачем вищої освіти відповідних документів з використанням Європейської кредитно-трансферної системи. Організаційні процеси навчання за програмами академічної мобільності регламентуються Положення про академічну мобільність учасників освітнього процесу в Полтавському державному аграрному університеті. На здобувачів вищої освіти поширюється право про визнання результатів навчання, набутих у неформальній / інформальній освіті перед опануванням даного освітнього компоненту, або в процесі його опанування. Визнання набутих результатів навчання або відмова у їх визнанні у разі опанування частини навчальної дисципліни відбувається за рішенням провідного викладача та кафедри. Набуття відповідних результатів навчання можливе після успішного опанування курсів (з документальним підтвердженням) на різноманітних навчальних платформах, зокрема: Prometheus, Coursera тощо. Особливості неформального / інформального навчання регламентовані Положення про порядок визнання результатів навчання, здобутих у неформальній та інформальній освіті, здобувачами вищої освіти Полтавського державного аграрного університету.

Додаткові матеріали для представлення навчальної дисципліни:

Презентації.

Література та джерела інформації

Основні

1. Барна Н. В. Іміджологія: навч. посіб. Київ: ун-т «Україна», 2015. 216 с
2. Бондаренко І. С. Іміджологія у системі гуманітарних знань: культурноосвітні стратегії. Запоріжжя: Запорізький національний університет, 2016. 320 с.

3. Лісовський П. М. Суспільна риторика : навчальний посібник. Київ : Кондор, 2015. 244 с.

Допоміжні

4. Артамонова Н. С. Особливості застосування комунікативних технологій в управлінні моно- та мегаструктурних суб'єктів. *Економіка. Фінанси. Право*. 2018. № 10. С. 17-20.

5. Богуш Д. Міжнародний імідж України: проблеми і перспективи URL: <http://blogs.pravda.com.ua/authors/bogush/4b843f0bd3e45/>

6. Воронько-Невіднича Т.В. Етапи формування іміджу підприємства. *Формування та перспективи розвитку підприємницьких структур в рамках інтеграції до європейського простору*: зб. матеріалів III Міжнар. наук.-практ. конф. (заочна форма). Полтава, 2020. 345 с. С. 42–44.

7. Воронько-Невіднича Т.В. Завдання державної соціальної політики у контексті старіння населення. *Менеджмент XXI століття: глобалізаційні виклики*: зб. матеріалів IV Міжнар. наук.-практ. конф. Полтава : ТОВ «Сімон», 2020. 275 с. С. 143–146.

8. Воронько-Невіднича Т.В., Зось-Кіор М.В., Дячков Д.В. Особливості дистанційної

комунікації в сучасній організації. Зб. матеріалів наукових праць наук.-практ. конф. професорсько-викладацького складу Полтавської державної аграрної академії за підсумками науково-дослідної роботи в 2019 році. Полтава : РВВ ПДАА, 2020. 438 с. С. 78–80.

9. Воронько-Невіднича Т.В., Шупта І.М. Особливості виникнення та функціонування репутаційного менеджменту в Україні: колективна монографія; за ред. Маркіна І.А., Аранчій В.І., Сафонов Ю.М., Лепейко Т.І. та інші. *Менеджмент XXI століття: глобалізаційні виклики*. Полтава: «Сімон», 2017. Вип. 1. 728 с. С. 232–239.

10. Іміджологія у системі гуманітарних знань: культурно-освітні стратегії: монографія / І. С. Бондаренко. Запоріжжя, 2016. 305 с.

11. Лаврентій А. С. Основні підходи до ідентифікації іміджу, його структурних складових та функціонального простору реалізації. *Інвестиції: практика та досвід*. 2017. № 20. С. 123–128. for the http://www.investplan.com.ua/pdf/20_2017/27.pdf

12. Кармаза О. Медіація та переговори як альтернативні способи вирішення спорів. *Підприємництво, господарство і право*. 2020. № 5 (291). С. 13-18.

13. Осадчий В. В., Сердюк І. М. Персональний сайт як засіб формування цифрового іміджу науково-педагогічного працівника. *Інформаційні технології і засоби навчання*. 2019. Т. 69, № 1. С. 78-91. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ITZN_2019_69_1_9

14. Остервальдер О., Пінье Ів, Грег Б., Смит А. Розробляємо ціннісні пропозиції. Як створити продукти та послуги, яких хочуть клієнти, 2018. 348 с.

15. Пасько М.І. Характеристика та особливості іміджу підприємства. *Економіка розвитку*. 2018. №1(85). С. 58-65.

16. Рейтинг-Топ-100 українських брендів 2020/2021. URL:https://inventure.com.ua/tools/database/top-100-ukrainskih-brendov-2020-samye-dorogie-brendy-i-tm-ukrainy?fbclid=IwAR2_jWiFUa7ZImZXuRoGFcsEdWyQ1bKUngqvIMnf7BoFr_ehGPG2_ZcImhM.

17. Сілецька Н.В. Роль іміджу у забезпеченні сталого розвитку сучасного бізнесу. *Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. Економіка та управління підприємствами*. 2017. № 2 (38). С. 59-63.

18. Узнаваемость, доверие, коммерческий успех. 50 украинских брендов по версии фокуса. URL: <https://focus.ua/ratings/489398-50-ukrainskih-brendov-fokus>.

19. A study on the factors of regional competitiveness. A draft final report for the European Commission Directorate-General Regional Policy. URL: http://ec.europa.eu/regional_policy/sources/docgener/studies/pdf/3cr/competitiveness.pdf.

20. Jaime Romero, Maria J. Yague Marketing assets: Relating brand equity and customer equity. *Intangible Capital*. 2016. № 12 (2). P. 591-618. URL: <https://upcommons.upc.edu/bitstream/handle/2117/87882/Jaime%20Romero.pdf>.

21. Sandra Maria Correia Loureiro, Eduardo Moraes Sarmento, Goulwen Le Bellego The effect of corporate brand reputation on brand attachment and brand loyalty: Automobile sector. *Cogent Business & Management*. 2017. URL: <https://www.cogentoa.com/article/10.1080/23311975.2017.1360031.pdf>.

Інформаційні ресурси

1. Інтернет–портал для управлінців: веб-сайт: URL: <http://www.managment.com.ua/>
2. Національна бібліотека ім. В.І. Вернадського. URL: <http://www.nbuv.gov.ua/portal>.
3. Executives Журнал для управлінців. Проект CEO Club Ukraine. URL: <https://executives.com.ua/>