

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ПОЛТАВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ ЕКОНОМІКИ, УПРАВЛІННЯ,  
ПРАВА ТА ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ**

**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**  
2022-2023 н.р.

<b>Назва навчальної дисципліни</b>	<b>УПРАВЛІННЯ SELF-БРЕНДИНГОМ ТА ДІЛОВИМ ІМІДЖЕМ</b> міжфакультетська вибіркова навчальна дисципліна
<b>Назва структурного підрозділу</b>	Кафедра менеджменту ім. І. А. Маркіної
<b>Контактні дані розробників, які залучені до викладання</b>	Викладач: <b>Воронько-Невіднича Тетяна Вікторівна</b> , к.е.н., доцент Контакти: ауд. 488, навчальний корпус №4 e-mail: tetiana.voronko-nevidnycha@pdaa.edu.ua, сторінка викладача: <a href="https://www.pdaa.edu.ua/people/voronko-nevidnycha-tetyana-viktorivna">https://www.pdaa.edu.ua/people/voronko-nevidnycha-tetyana-viktorivna</a>
<b>Рівень вищої освіти</b>	Третій (освітньо-науковий) рівень
<b>Спеціальність</b>	-
<b>Попередні умови для вивчення навчальної дисципліни</b>	<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.

<b>Компетентності:</b>		<b>Програмні результати навчання:</b>
<b>загальні:</b>	<b>фахові:</b>	
- оволодіння загальнонауковими компетентностями, спрямованими на формування системного наукового світогляду; - здатність до критичного мислення генерування нових складних ідей, аналізу та синтезу цілісних знань	- здатність здійснювати професійну та особистісну самоосвіту, проектування подальшого освітнього маршруту і професійної кар'єри, участь в дослідно-експериментальній роботі, в т. ч. ініціативній НДТ	- демонструвати володіння навичками застосування інструментарію формування персонального бренду та управління діловим іміджем тощо

## **Програма навчальної дисципліни**

**Тема 1.** Системний погляд на персональний бренд

**Тема 2.** Формування персонального бренду

**Тема 3.** Просування персонального бренду

**Тема 4.** Теоретичні основи формування ділового іміджу

**Тема 5.** Технологічні основи побудови ділового іміджу

**Тема 6.** Особливості управління діловим іміджем

**Тема 7.** Самопрезентація як найважливіший елемент культури науковця

### **Трудомісткість**

Загальна кількість годин – 120 год.

Кількість кредитів – 4,0.

Форма семестрового контролю – залік.

### **Політика оцінювання**

#### ***1. Академічна доброчесність:***

Здобувач вищої освіти повинен дотримуватись Кодексу академічної доброчесності та Кодексу про етику викладача та здобувача вищої освіти Полтавської державної аграрної академії. Дотримання академічної доброчесності здобувачами освіти передбачає: самостійне виконання навчальних завдань, завдань поточного та підсумкового контролю результатів навчання (для осіб з особливими освітніми потребами ця вимога застосовується з урахуванням їхніх індивідуальних потреб і можливостей); посилання на джерела інформації у разі використання ідей, розробок, тверджень, відомостей; дотримання норм законодавства про авторське право і суміжні права; надання достовірної інформації про результати власної навчальної (наукової, творчої) діяльності, використанні методики досліджень і джерела інформації.

#### **2. Оцінювання результатів навчання**

Програмні результати навчання	Методи навчання	Форми оцінювання
Демонструвати володіння навичками застосування інструментарію формування персонального бренду та управління діловим іміджем тощо	Словесні: лекція, розповідь-пояснення, бесіда Самостійної роботи вдома: письмові завдання Усного та тестового контролю Комп'ютерні і мультимедійні методи	Письмове та усне виконання вправ на практичних заняттях, обговорення теоретичних питань, виконання завдань самостійної роботи, написання тез

#### **Забезпечення тематикою дисципліни успішного опанування програмних результатів навчання**

Теми занять	Програмні результати навчання	Разом
<b>Тема 1.</b> Системний погляд на персональний бренд	+	1
<b>Тема 2.</b> Формування персонального бренду	+	1
<b>Тема 3.</b> Просування персонального бренду	+	1
<b>Тема 4.</b> Теоретичні основи формування ділового іміджу	+	1
<b>Тема 5.</b> Технологічні основи побудови ділового іміджу	+	1
<b>Тема 6.</b> Особливості управління діловим іміджем	+	1
<b>Тема 7.</b> Самопрезентація як найважливіший елемент культури науковця	+	1
<b>Разом</b>	<b>7</b>	<b>7</b>
максимальний відсоток у підсумковій оцінці з навчальної дисципліни, %	<b>100</b>	<b>100</b>
мінімальний відсоток у підсумковій оцінці з навчальної дисципліни, %	<b>60</b>	<b>60</b>

## Критерії успішного опанування програмних результатів навчання

Програмні результати навчання	Відсоток у підсумковій оцінці з навчальної дисципліни, %	Пороговий рівень оцінок, балів	
		максимальний	мінімальний
Демонструвати володіння навичками застосування інструментарію формування персонального бренду та управління діловим іміджем тощо	100	100	60
<b>Разом</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>60</b>

## Форми оцінювання результатів навчання

Програмні результати навчання	Форма оцінювання								Разом	
	обговорення теоретичних питань		письмове та усне виконання вправ на практичних заняттях		виконання завдань самостійної роботи					
					презентація		написання тез			
	мінімальна кількість балів	максимальна кількість балів	мінімальна кількість балів	максимальна кількість балів	мінімальна кількість балів	максимальна кількість балів	мінімальна кількість балів	максимальна кількість балів	мінімальна кількість балів	максимальна кількість балів
Демонструвати володіння навичками застосування інструментарію формування персонального бренду та управління діловим іміджем тощо	13	21	25	42	16	27	6	10	60	100

## Схема нарахування балів з навчальної дисципліни

Назва теми	Форми оцінювання результатів навчання ЗВО				Разом
	обговорення теоретичних питань	письмове та усне виконання вправ на практичних заняттях	виконання завдань самостійної роботи		
			презентація	написання тез	
<b>Тема 1.</b> Системний погляд на персональний бренд	3	6			9
<b>Тема 2.</b> Формування персонального бренду	3	6			9
<b>Тема 3.</b> Просування персонального бренду	3	6			9
<b>Тема 4.</b> Теоретичні основи формування ділового іміджу	3	6			9
<b>Тема 5.</b> Технологічні основи побудови ділового іміджу	3	6			9
<b>Тема 6.</b> Особливості управління діловим іміджем	3	6			9
<b>Тема 7.</b> Самопрезентація як найважливіший елемент культури науковця	3	6			27
<b>Разом</b>	<b>21</b>	<b>42</b>	<b>27</b>	<b>10</b>	<b>100</b>

### **Дедлайни та перскладання:**

Практичні завдання, завдання зі самостійної роботи, які здаються з порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку (-30%). Перескладання поточного та підсумкового контролю відбуваються за наявності поважних причин з дозволу директорату.

### **3. Система оцінювання:**

#### **Шкала оцінювання: національна та ЄКТС**

<b>Сума балів за всі види навчальної діяльності</b>	<b>Оцінка ЄКТС</b>	<b>Оцінка за 4-бальною шкалою</b>
90 – 100	A	відмінно
82 – 89	B	добре
74 – 81	C	
64 – 73	D	
60 – 63	E	задовільно
35 – 59	FX	незадовільно
1 – 34	F	

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

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

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

14. 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](https://inventure.com.ua/tools/database/top-100-ukrainskih-brendov-2020-samye-dorogie-brendy-i-tm-ukrainy?fbclid=IwAR2_jWiFUa7ZImZXuRoGFcsEdWyQ1bKUngqvIMnf7BoFr_ehGPG2_ZcImhM).

15. 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.

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

17. 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](http://ec.europa.eu/regional_policy/sources/docgener/studies/pdf/3cr/competitiveness.pdf).

18. 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>.

19. 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. Інтернет-проект «Корпоративный менеджмент»: веб-сайт: URL: <http://www.cfin.ru/>

3. Інформація про тренінги та семінари. Матеріали, присвячені питанням навчання і розвитку персоналу: веб-сайт: URL: <http://www.trainings.ru/>

4. Спеціалізований сайт для менеджерів по персоналу: веб-сайт: URL: <http://www.hrm.ru/>

5. Національна бібліотека ім. В.І. Вернадського. URL: <http://www.nbuv.gov.ua/portal>.

6. Executives Журнал для управлінців. Проект CEO Club Ukraine. URL: <https://executives.com.ua/>