

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ПОЛТАВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ



Навчально-науковий інститут економіки,
управління, права та інформаційних технологій

КАФЕДРА ІНФОРМАЦІЙНИХ СИСТЕМ ТА ТЕХНОЛОГІЙ

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

ОСОБИСТИЙ БРЕНД НАУКОВЦЯ В МЕРЕЖІ ІНТЕРНЕТ

*міжфакультетська вибіркова навчальна дисципліна
освітній ступінь Доктор філософії*

Розробник: Вакуленко Юлія – доцент
кафедри інформаційних систем та
технологій, к.с.-г.н., доцент



Полтава
2022 р.

Назва навчальної дисципліни	Особистий бренд науковця в мережі інтернет
Назва структурного підрозділу	Кафедра інформаційних систем та технологій
Контактні дані розробників, які залучені до викладання	<i>Викладач:</i> Вакуленко Юлія, к.с.-г.н., доцент <i>Контакти:</i> офіс 404, 4 корпус <i>e-mail:</i> iuliia.vakulenko@pdau.edu.ua <i>Сторінка викладача:</i> https://www.pdau.edu.ua/people/vakulenko-yuliya-valentyivna
Рівень вищої освіти	Третій (освітньо-науковий) рівень
Спеціальність	міжфакультетська вибіркова навчальна дисципліна
Попередні умови для вивчення навчальної дисципліни	Необхідні компетентності, сформовані під час вивчення навчальних дисциплін інформаційно-комунікаційного спрямування

Заплановані результати навчання

Мета вивчення навчальної дисципліни: формування у здобувачів вищої освіти компетентностей щодо застосування інтернет-технологій для створення і моделювання профілю дослідника, набуття позитивної репутації і затребуваності науковця та популяризації його діяльності.

Основні завдання навчальної дисципліни: вивчення основних принципів, методів, інструментарію формування особистого бренду науковця в мережі інтернет; використання сучасних інтернет-технологій для просування особистого бренду науковця.

Компетентності:

загальні

- ЗК 1. здатність аналізувати та систематизувати одержані результати, формулювати аргументовані висновки і рекомендації, генерувати нові ідеї;
- ЗК 2. здатність застосовувати інформаційно-комунікаційні технології в науковій діяльності

Програмні результати навчання

- ПРН 1. використовувати інтернет-технології для формування персонального бренду науковця, що забезпечує впізнаваність дослідника та його авторських інтелектуальних продуктів.

Програма навчальної дисципліни:

Тема 1. Формування особистого бренду науковця.

Тема 2. Адаптація індивідуальної траєкторії розвитку науковця до запитів наукового середовища.

Тема 3. Репозитарії для поширення дослідницьких даних та наукових публікацій

Тема 4. Структура бренду науковця в мережі інтернет.

Тема 5. Створення унікальних профілів науковця.

Тема 6. Просування в соціальних мережах для науковців.

Тема 7. Тестування особистого бренду науковця в мережі інтернет.

Трудомісткість:

Загальна кількість годин – 120 год.

Кількість кредитів – 4,0

Форма семестрового контролю – залік

Додаткові матеріали для представлення навчальної дисципліни:

Робоча програма навчальної дисципліни, анотація, презентації в системі Moodle тощо.

Структура курсу

Години (лек/ практ/ сам)	Тема	Програмні результати навчання	Види завдань	Оцінювання
2/2/12	Тема 1. Формування особистого бренду науковця.	ПРН 1. використовувати інтернет-технології для формування персонального бренду науковця, що забезпечує впізнаваність дослідника та його авторських інтелектуальних продуктів	<u>Лекції:</u> опитування на лекції <u>Практичні заняття:</u> виконання вправ на практичному занятті <u>Самостійна робота:</u> виконання завдань самостійної роботи	2/5/3
2/4/12	Тема 2. Адаптація індивідуальної траєкторії розвитку науковця до запитів наукового середовища.		<u>Лекції:</u> опитування на лекції <u>Практичні заняття:</u> виконання вправ на практичних заняттях <u>Самостійна робота:</u> виконання завдань самостійної роботи	2/5·2/3
2/2/12	Тема 3. Репозитарії для поширення дослідницьких даних та наукових публікацій		<u>Лекції:</u> опитування на лекції <u>Практичні заняття:</u> виконання вправ на практичному занятті <u>Самостійна робота:</u> виконання завдань самостійної роботи	2/5/3
4/6/10	Тема 4. Структура бренду науковця в мережі інтернет.		<u>Лекції:</u> опитування на лекції <u>Практичні заняття:</u> виконання вправ на практичних заняттях <u>Самостійна робота:</u> виконання завдань самостійної роботи	2/5·3/3
2/4/10	Тема 5. Створення унікальних профілів науковця.		<u>Лекції:</u> опитування на лекції <u>Практичні заняття:</u> виконання вправ на практичних заняттях <u>Самостійна робота:</u> виконання завдань самостійної роботи	2/5·2/3
2/4/12	Тема 6. Просування в соціальних мережах для науковців.		<u>Лекції:</u> опитування на лекції <u>Практичні заняття:</u> виконання вправ на практичних заняттях <u>Самостійна робота:</u> виконання завдань самостійної роботи	2/5·2/3
2/2/12	Тема 7. Тестування особистого бренду науковця в мережі інтернет.		<u>Лекції:</u> опитування на лекції <u>Практичні заняття:</u> виконання вправ на практичному занятті, розв'язування тестів <u>Самостійна робота:</u> виконання завдань самостійної роботи	2/5/5/3

Політика оцінювання

1. Академічна доброчесність:

Здобувач вищої освіти повинен дотримуватись Кодексу академічної доброчесності та Кодексу про етику викладача та здобувача вищої освіти Полтавського державного аграрного університету. 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); посилення 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, використані методики досліджень і джерела інформації.

2. Дедлайни та перекладання:

Вправи виконуються під час проведення практичних занять, завдання самостійної роботи виконуються відповідно до переліку завдань протягом вивчення відповідної теми. Перекладання видів робіт відбувається відповідно до діючих нормативних документів.

3. Оригінальність навчальної дисципліни:

Можливість працювати в спеціалізованих комп'ютерних лабораторіях, навчитися працювати з особливостями створення особистого бренду науковця в мережі інтернет, його просування, тестування; адаптувати індивідуальну траєкторію розвитку відповідно запитам наукового середовища.

4. Система оцінювання:

Шкала оцінювання: 4-бальна та ЄКТС

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ЄКТС	Оцінка за 2-бальною шкалою
90-100	A	зараховано
82-89	B	
74-81	C	
64-73	D	
60-63	E	
35-59	FX	незараховано
1-34	F	

Рекомендовані джерела інформації

Основні:

1. Барна Н. В. Іміджологія: навч. посіб. Київ: ун-т «Україна», 2015. 216 с.
2. Дейвис Филлипа Ваш абсолютный имидж. Книга для политиков и бизнесменов, мужчин и женщин. Москва, 1997. 320 с.
3. Митцева О. С. Професійний імідж фахівця: суть, функції, структура. Педагогіка та психологія. 2018. Вип. 59. С. 191-200. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/znpkhnpu_ped_2018_59_23.
4. Мороз О. В. Теорія сучасного брендингу: монографія / О. В. Мороз, О. В. Пашенко. – Вінниця : УНІВЕРСУМ-Вінниця, 2003. – 104 с. [Електронний ресурс]. URL : <http://lib.sumdu.edu.ua>
5. Рожков І. Я., Кісмерешкин В. Г. Особливості сучасного брендингу : навч. посібник. 2013. – 90 с.
6. Струтинська І. В. Бренд-менеджмент: теорія і практика. Тернопіль: Принт-офіс, 2015 Електрон. ресурс. URL : http://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/123456789/7116/6/Navchalno_metodychnyj_pidru_chnyk.pdf
- 7.

Допоміжні:

1. Артамонова Н. С. Особливості застосування комунікативних технологій в управлінні моно- та мегаструктурних суб'єктів. Економіка. Фінанси. Право. 2018. № 10. С. 17-20.
2. Вакуленко Ю. В., Безрук С. С., Мельниченко З. Д. Формування висококваліфікованого персоналу як засіб підвищення ефективності використання матеріально-технічного забезпечення. Економічний форум. 2018. № 1. С. 298-302.
3. Галич О. А., Вакуленко Ю. В., Терещенко І. О., Крутько Т. В. Стратегічне управління персоналом як фактор зростання конкурентоспроможності підприємства. 2019. № 6. С. 27-32. DOI: 10.32702/2306-6792.2019.6.27

4. Горак, В. В. Міжнародні системи ідентифікації вчених як показник іміджу науковця [Електронний ресурс] : Науково-педагогічні студії. 2018. 2. – С. 93–98. URL : <http://npstudies.dnrb.gov.ua/article/view/161374>.

5. Лаврентій А. С. Основні підходи до ідентифікації іміджу, його структурних складових та функціонального простору реалізації / А. С. Лаврентій // Інвестиції: практика та досвід. – 2017. – № 20. – С. 123–128

6. 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.

7. Ромат Е. В. Бренд-маркетинговые коммуникации: понятие, цели и инструменты. Маркетинг и реклама. 2016. № 5. С. 16-23.

8. Ткачук В. В., Добриця О. Г. Імідж молодого науковця – умова професійної мобільності. Проблеми підготовки педагогів для професійної освіти: теорія і практика. – Львів : ПП Ощипок М. М., 2016. – С. 30- 33. 3.

9. Ткачук В. В., Єчкало Ю. В. Міжнародні наукометричні бази даних [Електронний ресурс] : ДВНЗ «Криворізький національний університет». SlideShare ; LinkedIn Corporation. Nov 12, 2014. URL : <https://goo.gl/WVTXSG>.

10. Ткачук В. В., Єчкало Ю. В., Семеріков С. О. Рейтинг сучасного науковця як складник рейтингу університету. Матеріали Міжнародної науково-технічної конференції «Розвиток промисловості та суспільства». Кривий Ріг, 2017. – С. 405

Інформаційні ресурси мережі інтернет:

1. ORCID : <https://orcid.org>

2. Google Академія : <https://scholar.google.com.ua>

3. Publons : publons.com

4. Scopus : <https://www.scopus.com>

5. Web of Science : <https://clarivate.com>

6. Всі українські наукові журнали у Scopus та Web of Science : <https://openscience.in.ua/ua-journals>