

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «Майстер-клас формування особистого бренду менеджера»



Ступінь освіти Бакалавр

Освітня програма «Менеджмент»

Тривалість викладання 9, 10 чверть

Заняття: 4 години на тиждень

Практичні 4 години на тиждень

Мова викладання українська

Сторінка курсу в СДО НТУ «ДП»:

Консультації: за окремим розкладом, погодженим зі здобувачами вищої освіти

Онлайн-консультації: Microsoft Teams – група «Майстер-клас формування особистого бренду менеджера»

Інформація про викладачів:



Міро Ірина Миколаївна (практичні),
асистент

Персональна сторінка:

<https://mvs.nmu.org.ua/ua/teachers/Grish/>

E-mail:

miro.i.m@nmu.one

1. Анотація до курсу

Вивчення дисципліни «Майстер-клас формування особистого бренду менеджера» дасть здобувачам необхідні практичні знання щодо побудови власного Особистого Бренду (ОБ), а також дасть можливість зрозуміти різницю між особистим брендом і брендом компанії.

Сильний особистий бренд допомагає здобути успіхи в кар'єрі, отримати довіру потенційних клієнтів чи роботодавців, налагодити професійні зв'язки та мати вплив. Ілон Маск, Девід Бекхем, Олег Гороховський, Доктор Комаровський, Євген Клопотенко, всіх них об'єднує саме сильний особистий бренд. Проте не потрібно бути знаменитістю, чи навіть власником бізнесу аби вже зараз потурбуватися про свій бренд.

2. Мета та завдання навчальної дисципліни

Метою викладання навчальної дисципліни «Майстер-клас формування особистого бренду менеджера» є формування системи практичних знань та навичок стосовно методології та принципів побудови Особистого бренду менеджера.

3. Завдання курсу:

- формування понятійного апарату на основі теоретичного та практичного вивчення дисципліни;
- розвиток навичок використання методів побудови ОБ, визначення ЦА, та просування контенту на практичних заняттях;
- формування у студентів здатності креативно мислити та вміти побудувати свій власний ОБ

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен знати:

- поняття «особистий бренд», «цільова аудиторія», «таргетинг», «позиціювання», «монетизація».
- як і навіщо створювати особистий бренд, як визначити цілі, цільову аудиторію, як просувати свій бренд, через які канали комунікації, який контент розміщувати, як монетизувати свій особистий бренд

4. Результати навчання:

Після вивчення цієї дисципліни здобувач освіти зможе:

- 1) Креативно мислити, створити власний особистий бренд
- 2) Оволодіє сучасними знаннями стосовно розвитку особистого бренду та його просування, каналів комунікації і таргетингу, зможе визначати ЦА та навчиться позиціюванню.
- 3) Отримає знання про монетизацію особистого бренду та різницю між особистим брендом і брендом компанії.

5. Структура курсу

Тематика занять	Вид занять	Ресурси
1. Що таке особистий бренд?	Практичні заняття	Робота над створенням ОБ
2. Як визначити цілі ОБ. Позиціювання.	Практичні заняття	Робота над створенням ОБ

3. Як визначати цільову аудиторію	Практичні заняття	Робота над створенням ОБ
4. Конкуренти й унікальність. Який Ваш продукт і як це пов'язано з вашим особистим брендом	Практичні заняття	Робота над створенням ОБ
5. Просування особистого бренду. Контент: створення та поширення. Канали комунікації	Практичні заняття	Робота над створенням ОБ
6. Монетизація особистого бренду	Практичні заняття	Робота над створенням ОБ
7. Особистий бренд і бренд компанії. Що ж важливіше?	Практичні заняття	Робота над створенням ОБ

6. Технічне обладнання та/або програмне забезпечення

На лекційних та семінарських (практичних) заняттях обов'язково мати з собою гаджети зі стільниковим Інтернетом.

Активованій аккаунт університетської пошти (student.i.p@nmu.one) на Microsoft Office365.

Перевірений доступ з ПК чи мобільного гаджету до платформ Teams та Moodle Microsoft Office 365.

Інстальований на ПК та мобільних гаджетах пакет програм Microsoft Office (Word, Excel, Power Point).

7. Система оцінювання та вимоги

7.1. Навчальні досягнення здобувачів вищої освіти за результатами вивчення курсу оцінюватимуться за шкалою, що наведена нижче:

Рейтингова шкала	Інституційна шкала
90-100	відмінно
74-89	добре
60-73	задовільно
0-59	незадовільно

7.2. Здобувач вищої освіти може отримати підсумкову оцінку з дисципліни на підставі поточного оцінювання знань за умови, якщо набрана кількість балів виконання контрольної роботи, участі в семінарських (практичних) заняттях та виконання індивідуального дослідницького завдання складатиме не менше 60 балів.

Поточна успішність складається з успішності за результатами опанування матеріалу, а також виконання та представлення індивідуального дослідницького завдання (100 балів). За бажанням здобувача освіти як альтернатива виконанню

окремих індивідуальних дослідницьких завдань може розглядатися підготовка тез доповідей на конференції. Максимально за поточною успішністю здобувач може отримати 100 балів.

<p>Підсумкове оцінювання (якщо здобувач вищої освіти набрав менше 60 балів та/або прагне поліпшити оцінку)</p>	<p>Підсумковий контроль за дисципліною (диференційований залік) відбувається у формі комплексної контрольної роботи, а саме: шляхом надання відповідей на питання у формі тестів, відкритих питань, надання визначень понять, категорій виконання розрахункового завдання. Кількість балів за кожне питання наведена в комплексній контрольній роботі (ККР). Відповіді на питання, тестові завдання, розрахункове завдання оцінюються шляхом співставлення з еталонними відповідями. Максимальна кількість балів, яка може бути отримана за результатами заліку – 100.</p>
<p>Практичні заняття</p>	<p>За темами 1-7 передбачено виконання індивідуальних дослідницьких завдань, які разом оцінюються сумою 100 балів</p>

7.3. Критерії оцінювання індивідуального дослідницького завдання

Встановлюються залежно від типу завдання і варіюються в діапазоні від 8 до 10 балів за кожне завдання. Загальний підхід є орієнтованим на визначення здатності здобувача самостійно працювати з науковими джерелами, обирати інформацію з обширного масиву статистичних даних (в тому числі з джерел (звітів) опублікованих англійською мовою), робити обґрунтовані висновки, коректно посилатися на використані джерела та ресурси, не допускати випадків академічного плагіату.

7.4 Критерії оцінювання комплексної контрольної роботи

Комплексна контрольна робота складається з 5 відкритих питань, кожне з яких оцінюється сумою 8 балів, та дослідницьких завдань, які разом оцінюються сумою **60** балів.

8. Політика курсу

8.1. Політика щодо академічної доброчесності.

Академічна доброчесність здобувачів вищої освіти є важливою умовою для опанування результатами навчання за дисципліною і отримання задовільної оцінки з поточного та підсумкового контролів. Академічна доброчесність базується на засудженні практик списування (виконання письмових робіт із залученням зовнішніх джерел інформації, крім дозволених для використання), плагіату (відтворення опублікованих текстів інших авторів без зазначення авторства), фабрикації (вигадування даних чи фактів) що можуть використовуватися в освітньому процесі. Політика щодо академічної доброчесності регламентується положенням «Положення про систему

запобігання та виявлення плагіату у Національному технічному університеті «Дніпровська політехніка».

http://www.nmu.org.ua/ua/content/activity/us_documents/System_of_prevention_and_detection_of_plagiarism.pdf.

У разі порушення здобувачем вищої освіти академічної доброчесності (списування, плагіат, фабрикація), робота оцінюється незадовільно та має бути виконана повторно. При цьому викладач залишає за собою право змінити тему завдання.

8.2. Комунікаційна політика.

Здобувачі вищої освіти повинні мати активовану університетську пошту.

Обов'язком здобувача вищої освіти є перевірка один раз на тиждень (щонеділі) поштової скриньки на Office365 та відвідування групи дисципліни у Microsoft Teams.

<https://www.facebook.com/ManagementDepartmentOfNTU> Рекомендуємо створити профілі та підписатися на сторінки кафедри менеджменту у Facebook. Instagram.

Усі письмові запитання до викладача стосовно дисципліни мають надсилатися на університетську електронну пошту або до групи в Teams.

8.3. Політика щодо перескладання.

Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин оцінюються на нижчу оцінку. Перескладання відбувається із дозволу відділу аспірантури за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний).

8.4. Відвідування занять.

Для здобувачів вищої освіти денної форми відвідування занять є обов'язковим.

Поважними причинами для неявки на заняття є хвороба, участь в університетських заходах, відрядження, які необхідно підтверджувати документами у разі тривалої (два тижні) відсутності.

Про відсутність на занятті та причини відсутності здобувач вищої освіти має повідомити викладача або особисто, або через старосту.

8.5. Політика щодо оскарження оцінювання. Якщо здобувач вищої освіти не згоден з оцінюванням його знань він може оскаржити виставлену викладачем оцінку у встановленому порядку.

10. Ресурси і література

1. Саленбахер Юрген. Креативний особистий брендинг / пер. з англ. В. Стельмах. — Харків : Вид-во «Ранок» : Фабула, 2019. — 224 с.

2. Денис Каплунов. Персональний брендбук. 111 інструментів, щоби стати найбільш затребуваним і високооплачуваним. Школа копірайтингу Дениса Каплунова, 2024 - 288 с.
3. Кей Райт. Побудування бренду: не мовчіть у галасливому світі. Vivat, 2023. - 304 с
4. Людмила Кратенко. Зірка соцмереж. Як стати крутим блогером. Моноліт-Bizz, 2021. - 152 с
5. Claire Diaz-Ortiz. Social Media Success for Every Brand: The Five StoryBrand Pillars That Turn Posts Into Profits. HarperCollins Publishers, 2019. - 144 p.
6. ОНЛАЙН-КУРС LABA ОСОБИСТИЙ БРЕНД У БІЗНЕСІ З ДМИТРОМ МЕЛЬНИКОВИЧЕМ [HTTPS://LABA.UA/LECTURE/PERSONALNIY-BRAND-KERIVNIKA](https://laba.ua/lecture/personalniy-brand-kerivnika)