



СИЛАБУС ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТА

«ОСОБИСТИЙ БРЕНД»

Компонент освітньої програми – **вибіркова** (3 кредити)

Освітньо-професійна програма	Маркетинг
Спеціальність	D5 «Маркетинг»
Галузь знань	D «Бізнес, адміністрування та право»
Рівень вищої освіти	перший (бакалаврський)
Мова навчання	українська
Профайл викладача (-ів)	А.І.Павлюк, асистент кафедри маркетингу, інновацій та регіонального розвитку
Контактний тел.	+380667310694
E-mail:	a.pavlyuk@chnu.edu.ua
Сторінка курсу в Moodle	https://moodle.chnu.edu.ua/
Консультації	Вівторок з 13.00 до 15.00

АНОТАЦІЯ ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТА

Освітній компонент «Особистий бренд» формує в здобувачів вищої освіти навички свідомого управління власною репутацією у цифровому середовищі. Курс охоплює цикл роботи з особистим брендом – від самоаналізу, цінностей і позиціонування до інструментів штучного інтелекту, контент-стратегії та перетворення професійної експертності на джерело доходу. Здобувачі аналізують реальні кейси українських і міжнародних персональних брендів, розбирають вдалі та невдалі рішення публічних постатей і на основі цього формують власну стратегію просування. Дисципліна доповнює компетентності, здобуті в межах дисциплін з маркетингових комунікацій та брендингу, переносячи інструментарій бренд-менеджменту на рівень особистості фахівця.

Мета освітнього компонента: формування у здобувачів вищої освіти цілісного розуміння особистого бренду як професійного активу; практичних навичок самоаналізу, візуальної та контентної стратегії, роботи з інструментами штучного інтелекту та монетизації особистої експертності в сучасних цифрових реаліях.

Максимальна кількість студентів, які можуть записати на курс – 20 осіб.

НАВЧАЛЬНИЙ КОНТЕНТ ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТА

Тема 1	Основні поняття та підходи особистого бренду.
Тема 2	Самоаналіз, цінності та позиціонування.
Тема 3	Інструменти розвитку особистого бренду.
Тема 4	Візуальна ідентичність особистого бренду.
Тема 5	Контент-стратегія та платформи просування.
Тема 6	Особистий бренд в епоху AI.
Тема 7	Нетворкінг та монетизація особистого бренду.
Тема 8	Розвиток особистого бренду та оцінка результативності.

ФОРМИ, МЕТОДИ ТА ОСВІТНІ ТЕХНОЛОГІЇ НАВЧАННЯ

У процесі вивчення навчальної дисципліни використовуються наступні освітні технології:

Освітні технології:

- Інформаційно-комунікаційні, технології студентоцентрованого навчання;
- Робота з інформаційними ресурсами, з навчально-методичною, науковою, нормативною літературою та інтернет-ресурсами.

Форми навчання:

- традиційні та інтерактивні форми і методи навчання, серед яких: лекція-візуалізація, проблемна лекція, семінар-дискусія, семінар-діалог, самостійно-дослідницька робота, аналіз і рішення ситуативних професійних психолого-педагогічних задач (Case study) та ін.
- Участь у тренінгах і майстер-класах від запрошених експертів для практичного ознайомлення з маркетинговими інструментами.
- Вивчення вітчизняних практик, інтеграція міжнародних практик.
- Неформальна освіта, участь у онлайн-курсах, вебінарах або самостійне вивчення актуальних маркетингових трендів.
- Пітчинг перед однокурсниками, викладачами чи стейкхолдерами.

Методи навчання:

- Проектні завдання, індивідуальні та командні проекти.
- Самостійна робота для виконання індивідуальних завдань.
- Інші види індивідуальних та групових завдань.
- Словесні методи (лекція, дискусія, бесіда, консультація для поглиблення теоретичних знань тощо).
- Кейс-метод (бізнес-кейси, індивідуальні або командні для вирішення реальних маркетингових задач).
- Ділові гри або інші ігрові методики, зокрема маркетингові симуляції.
- Методи візуалізації результатів (презентації результатів виконаних завдань, інфографіка, ілюстрації, відеоматеріали тощо) для представлення навчального матеріалу та результатів виконаних завдань.

ФОРМИ Й МЕТОДИ КОНТРОЛЮ ТА ОЦІНЮВАННЯ

Поточний контроль:

- презентація самостійних робіт за індивідуальними завданнями.
- Оцінювання результатів аналізу бізнес-кейсів, обґрунтування маркетингових рішень, результатів досліджень.
- Оцінка письмових робіт.
- Оцінювання творчих (креативних) проєктів.
- Оцінювання командних проєктів.
- Зарахування результатів неформальної освіти, оцінювання сертифікатів онлайн-курсів, участі у вебінарах чи інших формах неформального навчання.
- Оцінювання презентацій у форматі пітчінгу.

Підсумковий контроль – заліковий проєкт.

КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ

Оцінювання програмних результатів навчання здобувачів освіти здійснюється за шкалою європейської кредитно-трансферної системи (ECTS).

Критерієм успішного оцінювання є досягнення здобувачем вищої освіти мінімальних порогових рівнів (балів) за кожним запланованим результатом навчання.

ПОЛІТИКА ЩОДО АКАДЕМІЧНОЇ ДОБРОЧЕСНОСТІ

Дотримання політики щодо академічної доброчесності учасниками освітнього процесу при вивченні освітнього компонента регламентовано чинними документами ЧНУ:

- «Кодекс академічної доброчесності та етики Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича» <https://www.chnu.edu.ua/universytet/normatyvni-dokumenty/etychnyi-kodeks-chernivetskoho-natsionalnoho-universytetu-imeni-yurii-fedkovycha/>
- «Положенням про виявлення та запобігання академічного плагіату у Чернівецькому національному університеті імені Юрія Федьковича»
- <https://www.chnu.edu.ua/universytet/normatyvni-dokumenty/polozhennia-pro-vyivlennia-ta-zapobihannia-akademichnomu-plahiatu-u-chernivetskomu-natsionalnomu-universyteti-imeni-yurii-fedkovycha/>
- «Політика використання штучного інтелекту в Чернівецькому національному університеті імені Юрія Федьковича» <https://www.chnu.edu.ua/universytet/normatyvni-dokumenty/polityka-vykorystannia-shtuchnoho-intelektu-v-chernivetskomu-natsionalnomu-universyteti-imeni-yurii-fedkovycha-zi-zminamy-zatverdzhenyymy-vchenoiu-radoiu-chnu-imeni-yurii-fedkovycha/>

ВИКОРИСТАННЯ ЗДОБУВАЧАМИ ОСВІТИ ІНСТРУМЕНТІВ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ (ШІ) ПІД ЧАС ВИКОНАННЯ НАВЧАЛЬНИХ ЗАВДАНЬ

- допускається за умови дотримання принципів академічної доброчесності (здобувач освіти несе відповідальність за зміст, достовірність і результати поданої роботи, а у разі використання ШІ зобов'язаний зазначити факт і спосіб його застосування);
- не допускається використання ШІ як заміни самостійного виконання завдань або з метою порушення вимог академічної доброчесності;
- додаткові обмеження чи вимоги щодо використання ШІ *можуть визначатися* викладачем в освітньому процесі для конкретних видів навчальної діяльності відповідно до особливостей дисципліни.

ІНФОРМАЦІЙНІ РЕСУРСИ

1. BrandYourself – інструменти для створення та управління персональним брендом.
URL: <https://brandyourself.com/>
2. Forbes – Розвиток особистого бренду – статті про бренд-стратегії та кейси відомих особистостей.
URL: <https://www.forbes.com/personal-branding/>
3. HBR (Harvard Business Review) – Лідерство та особистий бренд – аналітика про бренд-стратегії.
URL: <https://hbr.org/topic/personal-branding>
4. HubSpot Blog – Personal Branding – матеріали про цифровий маркетинг і персональний брендинг.
URL: <https://blog.hubspot.com/marketing/personal-branding-tips>
5. Instagram & LinkedIn Influencers – вивчення особистого брендингу через практичні кейси.
URL: <https://www.linkedin.com/pulse/personal-branding-tips/>
6. Personal Branding Blog – блог про тренди, стратегії та поради для розвитку бренду.
URL: <https://personalbrandingblog.com/>
7. TED Talks – Personal Branding & Influence – виступи про самопрезентацію та лідерство. URL: <https://www.ted.com/topics/personal+branding>
8. YouTube-канал «Gary Vaynerchuk» – відео про особистий бренд, маркетинг і нетворкінг.
URL: <https://www.youtube.com/c/GaryVaynerchuk>
9. Балабанова К. Є., Ахтоян А. Н., Ефендієв А. А. Генеративний штучний інтелект у брендингу та візуальному маркетингу. Соціальний розвиток: економіко-правові проблеми. 2025. № 9.
URL: <https://www.eu-scientists.com/index.php/sdel/article/download/386/375>
10. Книга "Crush It!" (Gary Vaynerchuk) – стратегія побудови особистого бренду онлайн.
URL: <https://www.amazon.com/Crush-Time-Cash-Your->

[Passion/dp/0061914177](https://passion.dp.ua/0061914177)

11. Курс «Особистий бренд»— основи побудови особистого бренду та стратегії розвитку.

URL: <https://www.coursera.org/learn/personal-branding>

12. Кушнір Н. С., Стрілець-Бабенко О. В. Особистий бренд: сутність, функції та умови розвитку в аспекті психології маркетингу. Наукові записки. Серія: Психологія. 2023. № 2. С. 47–52.

URL: <https://journals.cusu.in.ua/index.php/psychology/article/view/218>

Покликання на робочу програму освітнього компонента

https://drive.google.com/drive/u/0/folders/1PP8nsVIBUsOxZa3iAZ5Y15NaV_4RgTeq