



## СИЛАБУС

обов'язкової навчальної дисципліни  
**ОК 26 «ОСОБИСТИЙ БРЕНД ТА РОЗВИТОК КАР'ЄРИ»**  
Обсяг 6 кредитів/ 180 годин

Першого рівня вищої освіти  
Спеціальності 073 «Менеджмент»  
Освітньої програми «Управління проєктами»

## ІНФОРМАЦІЯ ПРО ВИКЛАДАЧА



**ЧЕРНОВА ІРИНА ВІКТОРІВНА,**  
доцент, кандидат філологічних наук

**Контактна інформація:**

- +38 (097)2797735;
- e-mail: filol68@ukr.net;
- І навчальний корпус, аудиторія 368

**Час і місце проведення консультацій:**  
згідно з графіком консультацій

## ОПИС КУРСУ

Навчальна дисципліна спрямована на вивчення особливостей: суспільно-історичного процесу виникнення, розвитку та зміни системи знань (умінь, концепцій, поглядів, ідей, уявлень і суджень) про управління діловою кар'єрою в процесі підвищення ефективності діяльності організації (в цілому або окремих проблем), представників різних конкретно-історичних суспільно-економічних формацій.

## МЕТА, КОМПЕТЕНТНОСТІ ТА РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ

1. Мета курсу - вивчення теоретичних засад і набуття практичних навичок управління як власною кар'єрою, так і кар'єрою іншого персоналу підприємств та установ; формування системи знань щодо сучасних підходів, правил та принципів розробки власної стратегії професійного розвитку, створення особистого та корпоративного бренду, застосування методів впливу на особистість, комунікації, соціальних мереж для цілей реалізації персональної стратегії, побудови кар'єри.

2. За результатами вивчення дисципліни формуються:

Компетентності

**ІК** Здатність розв'язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми, які характеризуються комплексністю невизначеністю умов, у сфері менеджменту або у процесі навчання, що передбачає застосування теорій та методів соціальних та поведінкових наук.

**ЗК 1.** Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні.

**ЗК 4.** Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях

**ЗК 5.** Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.

**ЗК 6.** Здатність спілкуватися державною мовою як усно, так письмово.



- ЗК 8.** Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.  
**ЗК 9.** Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.  
**ЗК 11.** Здатність до адаптації та дії в новій ситуації.  
**ЗК 12.** Здатність генерувати нові ідеї (креативність).  
**ЗК 15.** Здатність діяти на основі етичних міркувань (мотивів).  
**СК 3.** Здатність визначати перспективи розвитку організації.  
**СК 5.** Здатність управляти організацією та її підрозділами через реалізацію функцій менеджменту.  
**СК 6.** Здатність діяти соціально відповідально і свідомо.  
**СК 7.** Здатність обирати та використовувати сучасний інструментарій менеджменту.  
**СК 8.** Здатність планувати діяльність організації та управляти часом.  
**СК 9.** Здатність працювати в команді та налагоджувати міжособистісну взаємодію при вирішенні професійних завдань.  
**СК 11.** Здатність створювати та організовувати ефективні комунікації в процесі управління.  
**СК 14.** Розуміти принципи психології та використовувати їх у професійній діяльності.  
**СК 15.** Здатність формувати та демонструвати лідерські якості та поведінкові навички.
- Програмними результатами навчання будуть навички:*
- З'ясувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського суспільства, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні;
  - Демонструвати навички виявлення проблеми та обґрунтування управлінських рішень;
  - Демонструвати знання теорій, методів і функцій менеджменту, сучасних концепцій Лідерства;
  - Демонструвати навички аналізу ситуації та здійснення комунікації у різних сферах діяльності організації;
  - Демонструвати навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним;
  - Демонструвати навички взаємодії, лідерства, командної роботи;
  - Оцінювати правові, соціальні та економічні наслідки функціонування;
  - Ідентифікувати + причини стресу, адаптувати себе та членів команди до стресової ситуації, знаходити засоби до її нейтралізації;
  - Виконувати дослідження індивідуально та/або в групі під керівництвом лідера.

**ПЕРЕДУМОВИ ДЛЯ ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ**

Вивчення дисципліни може відбуватися на будь-якому етапі здобуття вищої освіти.

**ПЕРЕЛІК ТЕМ (ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН) ДИСЦИПЛІНИ**

Таблиця 1 – Загальний тематичний план аудиторної роботи

Номер тижня	Теми лекцій, год.	Теми лабораторних/практичних робіт або семінарів, год.
1	2	3
<b>Змістовий модуль 1 – «Теоретичні аспекти особистого бренду»</b>		
1	Особистість в умовах сучасного ринку праці. (2 год).	Проблеми розвитку професійної кар'єри в ринкових умовах. Теорії і концепції розвитку кар'єри Моделі розвитку кар'єри.



		Сучасні методи профдіагностики. Поняття професійної спрямованості. (2 год).
2	Сучасні методи профдіагностики (2 год).	Предмет, мета, складові та функції профдіагностики. Основні види профдіагностики: Методики та інструменти профдіагностики(2 год)..
3	Особистий бренд як індивідуальна професійно-ділова траєкторія(2 год)	Бренд як комплексне поняття. Психологічні аспекти формування успішного особистісного бренду Складові особистого бренду, його мета. Історія поняття "бренд" та сучасне розуміння(2 год).
4	Професіограма, її зміст та структура(2 год).	Поняття професіограми. Види професіограм. Вимоги до професіограми. Структура і зміст професіограми. Психограма як структурний елемент професіограми(2 год)
5	Формування унікальної пропозиції цінності (2 год).	Формування унікальної пропозиції цінності. Стратегія позиціонування особистого бренду. Ключові формати контенту для просування бренду (2 год).
6	Контент-стратегія для особистого бренду(2 год).	Поняття контент-стратегії. Експертність і планування ціннісного контенту. Баланс професійного контенту. Інструменти автоматизації контенту(2 год).
7	Стратегія і тактика побудови персонального бренду(2 год).	Стратегія і тактика побудови персонального бренду. Стратегія бренду: етапи формування. Просування бренду. Брендуння. (2 год).
8	Конструювання ідентичності бренду(2 год).	Формування змістовних ознак бренду. Неймінг (формальні ознаки бренду).



		Значення кольорів і символів у створенні бренду. Створення логотипів. Брендгайд( 2 год).
<b>Змістовний модуль 2 – «Практичні інструменти розвитку особистого бренду і кар'єри»</b>		
9	Стратегія і тактика побудови кар'єри. Мистецтво самопрезентації. ( 2 год).	Поняття кар'єри та кар'єрної стратегії. Етапи кар'єрної стратегії: самоаналіз, постановка мети, визначення шляхів реалізації. SWOT-аналіз для кар'єрного планування. Розробка індивідуального кар'єрного плану. Тактики реалізації кар'єрної стратегії Управління кар'єрним розвитком ( 2 год).
10	Комунікаційна кампанія бренду( 2 год).	Просування бренду. Інтегровані маркетингові комунікації в брендингу. PR-технології в брендингу. Комунікаційний аудит.
12	Кар'єра і соціальне середовище майбутнього професійного зростання. Управління репутацією та іміджем. ( 2 год).	Кар'єра і соціальне середовище майбутнього професійного зростання. Управління репутацією та іміджем. Управління репутацією та іміджем. Техніки іміджмейкерства і враження. Психологія впливу і лідерства через бренд ( 2 год).
13-14	Професійна комунікація. Побудова мережі контактів і нетворкінг ( 4 год).	Професійна комунікація. Побудова мережі контактів і нетворкінг. Основи професійної комунікації. Структура комунікаційного процесу Вербальна та невербальна комунікація. Етичні стандарти у професійній комунікації. Інструменти та канали комунікації в роботі ( 4 год).
15	Цифрові технології для підтримки власної професійної стратегії( 2 год).	Цифрові технології для підтримки власної професійної стратегії. Використання сучасних технологій у побудові кар'єри. Онлайн-навчання



		Професійні мережі Інструменти відстеження Професійний контент (2 год).
--	--	---

### САМОСТІЙНА РОБОТА

Самостійна робота включає вивчення лекційних матеріалів, підготовку до практичних занять, опрацювання додаткового матеріалу, підготовка виступів та презентацій на запропоновані теми. Кількість годин самостійної роботи для денної та заочної форм навчання складає 120 і 162 годин відповідно. Графік консультативної допомоги та розклад контрольних заходів здобувач отримує на кафедрі.

### РЕКОМЕНДОВАНІ ІНФОРМАЦІЙНІ ТА НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНІ ДЖЕРЕЛА

#### Основна література:

1. Бренд-менеджмент у сучасному бізнесі: навчальний посібник / упорядник О. М. Марченко. Львів : Львівський державний університет внутрішніх справ, 2023. 268 с.
2. Григорчук Т.В. Брендинг: навчальний посібник для дистанційного навчання [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [https://sites.google.com/site/brendingsoccult/branding\\_in\\_business\\_activities/](https://sites.google.com/site/brendingsoccult/branding_in_business_activities/)
3. Деніель Роулз Цифровий брендинг: Повне покрокове керівництво зі стратегії, тактики, інструментів та вимірювання/Пер. З англ. К.Деревянко. Х: Фабула. 2021. 256 с.
4. Дергоусова А. О., Сиволовська О. В., Мкртичян О. М. Брендменеджмент: Конспект лекцій. Харків: УкрДУЗТ, 2022. 98 с.
5. Лялюк А. М. Бренд-маркетинг: конспект лекцій. – Луцьк: Вид-во КП ІА «Волиньенергософт», 2023. – 88 с.
6. Навчально-практичний посібник з навчальної дисципліни «Бренд-комунікації» для здобувачів вищої освіти другого (магістерського) рівня спеціальності. Історико-теоретичні аспекти бренд-комунікацій. Частина 1 / Автори-укладачі: С. А. Іванова, В. В. Мироненко – Дніпро: Грані, 2024. 64 с.
7. Пономарьова Є.А. Бренд-менеджмент [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://stud.com.ua/154412/marketing/brend-menedzhment>
8. Управління іміджем та брендинг територій. Методичні вказівки до практичних занять та самостійної роботи для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти / Укладачі: Олійченко І.М., Дітковська М.Ю. – Чернігів: НУ «Чернігівська політехніка», 2023. – 106с.
9. Юдіна, Н. В. Бренд-менеджмент. Навчально-методичний комплекс дисципліни: навчальний посібник для здобувачів освітньої програми «Промисловий маркетинг» спеціальності 075 «Маркетинг» другого (магістерського) рівня вищої освіти / Н. В. Юдіна ; КПІ ім. Ігоря Сікорського. – Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2020. – 114 с. <https://ela.kpi.ua/handle/123456789/35374>

#### Додаткова література:

10. Бурдюгова Е. Персональний брендинг [Електронний ресурс] / Е. Бурдюгова. – Режим доступу: <http://burdyugova.ru/archives/brending>
11. Вілер А. Ідентичність бренду. Базові рекомендації щодо створення фірмового стилю [пер. з англ.] Київ: КМ-Букс. 2020- 336



12. Дослідження сприйняття України. Бренд «Україна». (позиціонування української держави за кордоном) [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://brandukraine.org/k/>
13. Іваницька, С. Б. Впровадження європейських методик тайм -менеджменту в Україні [Текст] / С. Б. Іваницька, Т. О. Галайда, Р. М. Толочій // Глобальні та національні проблеми економіки. – 2018. – № 21. – С. 288 -292.
14. Крайнюченко О. Ф., Габор О. О. Етапи процесу створення та розвитку бренда: формування ДНК бренда. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://dSPACE.nuft.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/15238/1/>
15. Крилов А. В. Бренд і суспільство – поділ цінностей. Енциклопедія маркетингу [Електронний ресурс] – Режим доступу: [http://www.marketing.spb.ru/libcomm/brand/brand\\_differ.htm](http://www.marketing.spb.ru/libcomm/brand/brand_differ.htm)
16. Маркетингові комунікації [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://posibniki.com.ua/post-branding-sutnist-brenda>
17. Райт К. Побудування бренду: не мовчіть у галасливому світі: [пер. з англ.] Харків: Vivat, 2023- 304с. 4.
18. Солнцев, М. І. Бренд особистості в умовах невизначеності / М. І. Солнцев, Н. В. Юдіна // Сталий розвиток в умовах невизначеності та катастроф : збірник матеріалів Міжнародної міждисциплінарної науково-практичної конференції, Київ, 11 березня 2020 р. / [уклад. Л. І. Юдіна]. – Київ : Юдіна Л. І., 2020. – С. 68–70.
19. Танасійчук А. Розробка комунікацій бренду в цифровому середовищі. Трансформаційна економіка, 2023. №3 (03), 45-49. <https://doi.org/10.32782/2786-8141/2023-3-8>.
20. Управління брендом як процес [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://persona.pumb.ua/ua/club/digest/detail.php?CODE=upravleniebrendom-kak-protsess>
21. Чернова І.В., Вдовічена О.Г. Виклики та можливості для брендів при виході на міжнародні ринки. Економічна наука. 2024. С. 88–93. – URL: <https://doi.org/10.32702/2306-6814.2024.23.88>
22. Шевченко А. О., Стаднік Л. І., Задорожна Р. П. Бренд менеджмент як маркер ефективності в консалтингових та брокерських послугах. *Економіка та держава*. 2021. № 9. С. 68–73. DOI: [10.32702/2306-6806.2021.9.68](https://doi.org/10.32702/2306-6806.2021.9.68)
23. Що для Вас Україна і хто такі українці? Проведення соціологічних досліджень з метою визначення бачення іміджу України з боку вітчизняних громадян та сприйняття нашої держави іноземцями, що перебувають в Україні [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://brandukrainepoll.com/results/>

#### **Інтернет-ресурси**

1. Карпенко В. Л. Генезис поняття «маркетингова товарна політика» у вітчизняній економічній літературі» URL: [http://journals.khnu.km.ua/vestnik/pdf/ekon/2011\\_6\\_2/062-065.pdf](http://journals.khnu.km.ua/vestnik/pdf/ekon/2011_6_2/062-065.pdf)
2. Бренд-маркетинг та створення емоційного зв'язку у B2B сегменті URL: <https://cases.media/article/brend-marketing-ta-stvorennya-emociinogo-zv-yazku-u-v2v-segmenti>
3. Хто такий бренд-менеджер. Історії бренд-менеджерок L'oreal Ukraine, Phillip Morris Ukraine та Kiehl's. URL : <https://bazilik.media/khto-takyj-brend-menedzher/>
4. Росія залишиться без нічого: Понад 100 світових брендів вийшли із російського ринку (СПИСОК). URL : <https://te.20minut.ua/Podii/rosiya-zalishitsya-bez-nichogo-ponad-100-svitovihbrendiv-viyshli-iz-r-11530502.html>



5. Ротація світових брендів на українському ринку ритейлу: тенденції та прогнози URL :<https://ua.news/ua/all-news/rotatsiya-mirovyh-brendov-na-ukrainskom-rynke-ritejla-tendentsii-iprognozy>
6. Топ-20 найдорожчих брендів світового ритейлу в 2022 році URL : <https://uaretail.com/2022/06/top-20-najdorozhchix-brendiv-svitovogo-ritejlu-v-2022-roci/>

### ОЦІНЮВАННЯ

Підсумкова (загальна) оцінка курсу освітньої компоненти є сумою рейтингових оцінок (балів), отриманих за окремі оцінювані форми навчальної діяльності: поточне тестування рівня засвоєння і теоретичного матеріалу під час аудиторних занять і самостійної роботи.

Форми, методи та критерії оцінювання навчальних досягнень здобувачів визначаються Положенням про організацію освітнього процесу в Національному університеті «Запорізька політехніка». [https://docs.zp.edu.ua/wp-content/uploads/2024/10/Положення\\_про\\_організацію\\_освітнього\\_процесу-1.pdf](https://docs.zp.edu.ua/wp-content/uploads/2024/10/Положення_про_організацію_освітнього_процесу-1.pdf)

Методами поточного контролю є тестування, виконання практичних робіт та активність на заняттях. Кількість балів, яку можна отримати за кожну практичну роботу - 10 балів, за тестове завдання до модуля – 10 балів.

Методом підсумкового контролю з дисципліни «Особистий бренд і розвиток кар'єри» є залік.

Залік виставляється у разі, коли здобувач виконав всі види робіт та набрав 60 і більше балів.

Розподіл балів у 100-бальній шкалі		
Вид заняття	Кількість балів	Разом за дисципліну(бали)
Робота на практичних заняттях 5x15=75	75	100
Виконання модульних тестових робіт	25	
Результати неформальної освіти (вебінари, курси, участь у конференціях тощо) та інформальної освіти	до 20	

### Критерії оцінювання результатів навчання

Види оцінювання	T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	T9	T10	T11	T12	T13-14	T15	Усього
Виступ на практичному занятті, контроль виконання за	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	10	5	75
Модульний контроль	10						15						25		
Виконання завдань самостійної роботи, проходження курсів(вебінарів,															До 20



семінарів) отримання сертифіката	3		
Всього з дисципліни			60-100

### *Роз'яснення критеріїв оцінювання*

Залежно від складності та рівня виконання завдання здобувач під час практичного заняття може отримати від 1 до 10 балів.

1-2 бали виставляється за усну відповідь, яка відповідає теоретичному матеріалу, поданому на лекційному заняття.

3-4 балів здобувач отримує за усну відповідь, яка включає інформацію отриману здобувачем крім лекцій також внаслідок опрацювання додаткової літератури.

5 балів передбачають доповнення усної відповіді презентацією або виконання творчого завдання.

Модульний контроль у формі тестів оцінюється за 10-бальною і 15-бально шкалою і зараховується у разі подання 6/8 і більше правильних відповідей відповідно.

У межах дисципліни «Особистий бренд і розвиток кар'єри» зараховуються здобутки в неформальній освіті, у разі успішного проходження курсів відповідної тематики і подання відповідного сертифікату. За бажанням здобувача, відповідний сертифікат курсу може бути зарахований як відпрацювання у разі відсутності здобувача вищої освіти на практичному занятті або для покращення підсумкової оцінки.

Крім того, як результат інформальної освіти (самоосвіти) здобувач може подати проєкт бізнес-плану на грант і представити про це відповідне підтвердження. Результати такої діяльності можуть бути зараховані модульний контроль.

Оцінка за результатами проходження курсів виставляється відповідно до «Положення про порядок визнання НУ «Запорізька політехніка» результатів навчання, здобутих шляхом неформальної та/або інформальної освіти» та обсягу й тематики курсу.

Рекомендовані курси

<https://eduhub.in.ua/courses/profesiya-brend-menedzher> Професія: Бренд-менеджер

<https://eduhub.in.ua/courses/scorm-kurs-11-osobistiy-brend> Особистий бренд

<https://eduhub.in.ua/courses/kurs-3-personalna-efektivnist> Персональна ефективність та ін.

## **ПОЛІТИКИ КУРСУ**

Здобувач освіти зобов'язаний відвідувати всі заняття згідно з розкладом, дотримуватися етики поведінки, працювати з навчальною літературою, з літературою на електронних носіях і в Інтернеті. При пропуску лекційних занять проводиться усна співбесіда за темою. Пропущені без поважних причин практичні заняття відпрацьовуються.

При вивченні курсу політика дотримання академічної доброчесності визначається Кодексом академічної доброчесності Національного університету «Запорізька політехніка»

[https://zp.edu.ua/uploads/dept\\_nm/Nakaz\\_N253\\_vid\\_29.06.21.pdf](https://zp.edu.ua/uploads/dept_nm/Nakaz_N253_vid_29.06.21.pdf)

Усі письмові роботи допускаються до захисту із коректними текстовими запозиченнями не більше 25%. Списування під час контрольних робіт та екзаменів заборонені (у т.ч. із використанням мобільних девайсів). Мобільні пристрої дозволяється використовувати лише під час он-лайн тестування. Академічна доброчесність у контексті генеративного штучного інтелекту (ШІ) передбачає етичне та прозоре використання інструментів без порушення авторських прав та принципів самостійного виконання робіт



Відповідно до Рекомендацій щодо відповідального впровадження та використання технологій штучного інтелекту в закладах вищої освіти

<https://mon.gov.ua/static-objects/mon/sites/1/news/2025/04/24/shi-v-zakladakh-vyshchoi-osvity-24-04-2025.pdf>.

Визнання результатів навчання, здобутих в межах неформальної чи інформальної освіти регулюється відповідним Положенням про порядок визнання Національним університетом «Запорізька політехніка» результатів навчання, здобутих шляхом неформального та/або інформальної освіти», затвердженим 30.05.2023р.

([https://docs.zp.edu.ua/wp-content/uploads/2024/09/Pol\\_pro\\_por\\_vyzn\\_rezultativ\\_navch\\_zdob\\_neform\\_inform\\_osvity.pdf](https://docs.zp.edu.ua/wp-content/uploads/2024/09/Pol_pro_por_vyzn_rezultativ_navch_zdob_neform_inform_osvity.pdf))

## ТЕХНІЧНІ ВИМОГИ ДЛЯ РОБОТИ НА КУРСІ

Щоб мати доступ до навчально-методичних розробок курсу необхідно мати особистий доступ до університетської навчальної платформи Moodle.

### **Інструменти і платформи, що використовуються в освітньому процесі:**

Відеоконференційні платформи Zoom, Google Meet, Skype

Електронні редактори текстів і графіки [Microsoft Word](#), [Canva](#), Excel, Microsoft PowerPoint.

Програми зі ШІ: Gamma

Онлайн-дошка Padlet.