СИЛАБУС
НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
«SELF-BRANDING»

Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Назва кафедри	Менеджменту та маркетингу
Тип дисципліни	Вибіркова
Мова викладання	Українська
Керівник курсу	**Луньова Тетяна Сергіївна**, кандидат економічних наук, доцент кафедри менеджменту та маркетингу
Профайл керівника курсу	http://nasoa.edu.ua/spivrobitnyky/lunova-tetyana-sergiyivna/
Контактна інформація керівника курсу (e-mail)	E-mail: TSLunova@nasoa.edu.ua

ОПИС ДИСЦИПЛІНИ

Обсяг:	Кредитів ECTS	Годин	За видами занять:			
			Лекцій	Практичних та семінарських занять	Самостійна підготовка	Вид підсумкового контролю
	Денна форма навчання					
	4	120	20	22	78	Залік
	Заочна форма навчання					
	4	120	2	4	114	Залік

Опис дисциплін	**Навчальна дисципліна: «Self-branding»** є вибірковим компонентом навчального плану. Як вибіркова складова, вивчення дисципліни дозволить здобувачу вищої освіти сформувати індивідуальну освітню траєкторію. **Мета вивчення навчальної дисципліни** полягає в формуванні у студентів відповідних компетенцій щодо формування та просування персонального бренду в контексті розробки та реалізації персональної стратегії розвитку кар'єри. **Завдання вивчення навчальної дисципліни**: засвоєння здобувачами вищої освіти основних правил побудови персонального бренду; розуміння концептуальних засад self-branding, його структури, значень та розуміння основних комунікативних процесів по створенню та управлінню брендом; усвідомлення ролі професійного самовизначення і зростання, специфіку побудови кар'єри та її управління; опанування практичних навичок використання технологій та інструментів аналітичної, креативної та інноваційної діяльності по створенню, розвитку та управлінню персональним брендом; застосування отриманих знань для створення власного іміджу та персонального бренду. **Формат проведення дисципліни:** лекції, практичні(семінарські) заняття, самостійна робота. Здобувачі вищої освіти мають змогу отримати індивідуальні консультації

Професійні компетентності	Здатність розуміти теоретичні засади формування та розвитку персонального бренду, визначати його складові й особливості позиціонування. Здатність аналізувати власні професійні компетентності, особистісні характеристики та конкурентні переваги для формування персонального бренду. Здатність розробляти стратегію формування, просування та розвитку персонального бренду з урахуванням професійних цілей і кар'єрних перспектив. Здатність застосовувати інструменти самопрезентації, іміджмейкінгу та ефективної комунікації для формування позитивного професійного іміджу. Здатність використовувати цифрові комунікаційні інструменти та соціальні мережі для просування персонального бренду й налагодження взаємодії з цільовою аудиторією.
Програмні результати навчання	Визначати сутність, основні складові та принципи формування персонального бренду, обґрунтовувати підходи до його позиціонування. Аналізувати власні професійні компетентності, особистісні характеристики та конкурентні переваги для формування індивідуальної концепції персонального бренду. Розробляти стратегію формування, просування та розвитку персонального бренду відповідно до професійних цілей і перспектив кар'єрного зростання. Застосовувати технології самопрезентації, формування професійного іміджу та ефективної комунікації для представлення власного персонального бренду. Використовувати цифрові інструменти та соціальні мережі для просування персонального бренду, взаємодії з цільовою аудиторією та оцінювання результативності комунікацій.
Програма навчальної дисципліни	**Змістовий модуль 1. Теоретичні основи self-branding** Тема 1. Системний погляд на self-branding Тема 2. Формування персонального бренду Тема 3. Стратегії та інструменти просування персонального бренду **Змістовий модуль 2. Практичні інструменти розвитку персонального бренду** Тема 4. Іміджелогія у Self-брендингу Тема 5. Self-marketing та self- branding у розвитку кар'єри Тема 6. Самопрезентація в процесі розвитку персонального бренду Тема 7. Комунікації в просуванні персонального бренду
Методи навчання	Для досягнення мети та завдань навчальної дисципліни, впродовж лекційних та семінарських занять застосовуються наступні методи навчання: словесні (розповідь, пояснення, лекція, консультація, дискусія, диспут); наочні (демонстрація, ілюстрація, презентація, відео). Застосовуються стратегії активного навчання, які визначаються такими методами та технологіями: методи проблемного навчання (дослідницький метод); особистісно-орієнтовані технології, засновані на таких формах і методах навчання як кейс-технологія і проектна технологія; візуалізація та інформаційно-комунікаційні технології, зокрема електронні презентації для лекційних занять. Під час практичних (семінарських) занять застосовуються ігрові методи, тестування, методи «мозкового штурму», дослідницькі методи, аналіз ситуацій у професійній діяльності, елементи роботи в командах та групових дискусіях.

Матеріально-технічне забезпечення навчальної дисципліни	Аудиторія, мультимедійний проектор, комп'ютер або ноутбук. Програми Microsoft Word, Microsoft Excel, Microsoft PowerPoint, Microsoft Teams, Zoom та платформи Moodle для дистанційного навчання.
Політики навчальної дисципліни	***Політика щодо академічної доброчесності.*** Дотримання академічної доброчесності здобувачами вищої освіти НАСОА є передумовою для ефективного опанування результатами навчання і отримання позитивної оцінки з поточного та підсумкового контролів. Складові політики академічної доброчесності регламентуються: Положенням про академічну доброчесність Національної академії статистики, обліку та аудиту, затвердженим рішенням Вченої ради НАСОА, 26 червня 2026 р., протокол № 15. Відповідно до Положення про внутрішню систему забезпечення якості освіти в НАСОА та Положення про академічну доброчесність НАСОА у разі виявлення викладачем порушення студентом норм та правил академічної доброчесності, викладач зобов'язаний застосувати норми п. 4.17.2 Положення про академічну доброчесність НАСОА. ***Політика щодо відвідування занять.*** Здобувачі вищої освіти денної форми навчання зобов'язані відвідувати заняття. Поважними причинами для відсутності на заняттях є хвороба, академічна мобільність або інші випадки відсутності, які підтверджені документально. Якщо здобувач вищої освіти відсутній на заняттях з поважної причини, він презентує виконані завдання під час самостійної підготовки та відповідно до графіку консультацій викладача. ***Політика щодо перескладання.*** Здобувачі вищої освіти повинні дотримуватися термінів виконання усіх завдань, передбачених програмою навчальної дисципліни. Ліквідація академічної заборгованості та перескладання заліку проводиться після закінчення екзаменаційної сесії за окремим розкладом, складеним навчально-методичним відділом не пізніше наступного тижня після сесії. ***Політика щодо оскарження результатів оцінювання.*** Якщо здобувач вищої освіти не згоден з оцінюванням рівня його знань, він може оскаржити виставлену викладачем оцінку у встановленому порядку відповідно до Положення про організацію освітнього процесу у Національній академії статистики, обліку та аудиту, затвердженого рішенням Вченої ради НАСОА, 24 квітня 2020 р., протокол № 8 (зі змінами та доповненнями, протокол від 04 листопада 2025 р. №4).

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

1. Каплунов Д. Персональний брендбук. 111 інструментів, щоби стати найбільш затребуваним і високооплачуваним. Київ : ArtHuss, 2023. 288 с.
2. Бренд-менеджмент у сучасному бізнесі : навч. посіб. / упоряд. О. М. Марченко. Львів : Львівський державний університет внутрішніх справ, 2023. 268 с.
3. Лазебник В. В., Гаврилюк Ю. Г. Бренд-менеджмент : навч. посіб. Київ : НУБіП України, 2024. 554 с. URL: https://dglib.nubip.edu.ua/handle/123456789/417.
4. Повалій Т. Л., Бойко О. П., Котенко О. О. Іміджелогія та брендинг у соціокультурній діяльності : навч. посіб. Суми : Сумський державний університет, 2024. 257 с. URL: https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/95728.
5. Калениченко Р. А., Телебенева Є. О. Іміджелогія : навч. посіб. Київ : ЦП «Компринт», 2023. 131 с.
6. Швидка SMM-допомога: як використовувати соціальні мережі для розвитку організації та особистого бренду? ТОП 12 порад від експертів : навч. посіб. / Л. Гуляєва та ін. ; за заг. ред. Л. Гуляєвої. Київ : АПСВТ, 2021. 30 с.

7. Сергієнко О. А., Швець А. Д., Калашник М. Ю. Концептуалізація розвитку особистого бренду в цифровому просторі. Економіка та суспільство. 2025. № 73. DOI: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-73-88.
8. Сватюк О. Р., Філь О. Р. Управління технологіями іміджмейкінгу для побудови особистого бренду в соціальних мережах. Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку. 2025. Т. 7, № 2. С. 203–212. DOI: https://doi.org/10.23939/smeu2025.02.203.
9. Чернова І. Сучасні підходи до управління особистим брендом у контексті теорії гуру. Економіка та суспільство. 2025. № 82. DOI: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-82-15.
10. Філь О. Р., Сватюк О. Р. Імідж як цілеспрямовано керований інструмент лідера. Вісник Львівського торговельно-економічного університету. Економічні науки. 2025. № 84. DOI: https://doi.org/10.32782/2522-1205-2025-84-15.
11. Кайдалова Л. Створення і просування особистого бренду викладача як передумова успішної професійної діяльності. Вісник Черкаського національного університету імені Богдана Хмельницького. Серія «Педагогічні науки». 2026. № 2. С. 15–21. DOI: https://doi.org/10.31651/2524-2660-2026-2-15-21.
12. Луньова Т. С. Впровадження корпоративного тайм-менеджменту на вітчизняних підприємствах. Економіка та суспільство. 2024. № 69. DOI: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-69-28.
13. Гринчак Н. А., Мотузка О. М. Особливості управління і налагодження комунікацій у віртуальних командах. SWorldJournal. 2023. Вип. 18, ч. 2. С. 165–172. DOI: https://doi.org/10.30888/2663-5712.2023-18-02-033.

КРИТЕРІЇ ТА МЕТОДИ ОЦІНЮВАННЯ

За результатами семестру студент отримує підсумкову оцінку за 100-бальною системою, яка розраховується як накопичена сума отриманих балів за всі види поточного, модульного та підсумкового контролю.

Умовою допуску до підсумкового контролю є набрання здобувачем вищої освіти 35 балів у сукупності за всіма темами дисципліни.

Якщо за результатами модульно-рейтингового контролю студент отримав сумарну кількість балів за два змістовні модулі, що не перевищує 34 бали, то студент вважається таким, що не виконав усі види робіт, які передбачаються навчальним планом з дисципліни «Self-branding» і направляється на повторний курс вивчення дисципліни.

Форми контролю	Види навчальної роботи	Оцінювання
Денна форма навчання		
ПОТОЧНИЙ КОНТРОЛЬ	Робота на лекціях	-
	Робота на практичних заняттях, у т.ч.:	
	- розв'язання практичного / ситуаційного завдання, написання обґрунтованих аналітичних висновків	Максимальна оцінка – 3 бали
	- обґрунтована відповідь на теоретичне завдання (в тому числі відповідь/презентація на вибіркове питання до самостійного вивчення)	Максимальна оцінка – 2 бал
	- участь у навчальній дискусії, тестування	Максимальна оцінка – 1 бал
МОДУЛЬНИЙ КОНТРОЛЬ	Модульний контроль № 1	Максимальна оцінка – 14 балів
	Модульний контроль № 2	Максимальна оцінка – 14 балів
ПІДСУМКОВИЙ КОНТРОЛЬ	Залік	Максимальна оцінка – 30 балів

Заочна форма навчання		
ПОТОЧНИЙ КОНТРОЛЬ	Робота на лекціях	-
	Робота на практичних заняттях	
	Контрольна робота за змістовим модулем № 1	Максимальна оцінка – 35 балів
	Контрольна робота за змістовим модулем № 2	Максимальна оцінка – 35 балів
ПІДСУМКОВИЙ КОНТРОЛЬ	Залік	Максимальна оцінка – 30 балів

ШКАЛА ОЦІНЮВАННЯ ЗНАНЬ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Оцінка за національною шкалою	**Оцінка в балах**	**Оцінка за шкалою ECTS**	
Залік		**Оцінка**	**Пояснення**
Зараховано	**90-100**	A	Здобувач вищої освіти демонструє високий рівень знань навчального матеріалу в обсязі, що відповідає програмі дисципліни, достатньо реалізовує теоретичні положення дисципліни в практичних розрахунках, виконав практичні завдання відмінно або з незначною кількістю помилок. За час навчання при проведенні практичних занять проявив вміння самостійно вирішувати поставлені завдання, активно включатись в дискусії, може відстоювати власну позицію в питаннях та рішеннях, що розглядаються
	82-89	B	Здобувач вищої освіти демонструє гарні знання, добре володіє матеріалом, що відповідає програмі дисципліни, робить на їх основі аналізу можливих ситуацій та вміє застосовувати теоретичні положення при вирішенні практичних задач, але допускає окремі неточності. Вміє самостійно виправляти допущені помилки, кількість яких є незначною
	74-81	C	Здобувач вищої освіти в загальному добре володіє матеріалом, знає основні положення матеріалу, що відповідає програмі дисципліни, робить на їх основі аналіз можливих ситуацій та вміє застосовувати при вирішенні типових практичних завдань, але допускає окремі неточності. Помилки у відповідях та розрахунках не є системними. Знає характеристики основних положень, що мають визначальне значення при проведенні практичних занять та поясненні прийнятих рішень, в межах дисципліни, що вивчається.
	64-73	D	Здобувач вищої освіти засвоїв основний теоретичний матеріал, передбачений програмою дисципліни. При вирішенні практичних завдань допускає значну кількість недоліків і суттєвих помилок
	60-63	E	Здобувач вищої освіти має певні знання, передбачені в програмі дисципліни, володіє основними положеннями, що вивчаються на рівні, який визначається як мінімально допустимий. З використанням основних теоретичних положень, здобувач вищої освіти з труднощами пояснює правила вирішення практичних завдань дисципліни, відсутнє розуміння порядку виконання завдання та взаємозв’язків з іншими дисциплінами.

Незараховано	**35-59**	FX	Здобувач вищої освіти може відтворити окремі фрагменти з курсу. Незважаючи на те, що програму дисципліни здобувач вищої освіти виконав, працював він пасивно, його відповіді під час практичних робіт в більшості є неправильними, необґрунтованими. Цілісність розуміння матеріалу з дисципліни у здобувача вищої освіти відсутні. Здобувач вищої освіти має можливість повторного складання
	1-34	F	Здобувач вищої освіти повністю не виконав вимоги програми навчальної дисципліни. Його знання на підсумкових етапах навчання є фрагментарними. Обов'язковий повторний курс

Розглянуто та затверджено на засіданні кафедри менеджменту та маркетингу. Протокол № 1 від 28 серпня 2026 р.