



## Силабус курсу Маркетинг особистості

Ступінь вищої освіти - бакалавр  
Галузь знань 12 “Інформаційні технології”  
Спеціальність – 124 «Системний аналіз»  
Освітньо-професійна програма: «Системний аналіз»

Рік навчання: 4, Семестр: 7

Кредитів: 5 Мова викладання: українська

### Керівник курсу

ППП

д.екон.н., доцент Борисяк Олена Володимирівна

Контактна інформація

e-mail: [o.borysiak@wunu.edu.ua](mailto:o.borysiak@wunu.edu.ua), тел. +380987901913

### Опис дисципліни

Дисципліна “Маркетинг особистості” спрямована на поглиблення та удосконалення:

- **знання** основ брендингу, технологій пошуку роботи і дизайну кар’єри, компонентів і технологій розвитку лідерства; маркетингових інструментів просування товару на засадах персоналізації;
- **уміння** розробляти персональний бренд, використовувати офлайн- та онлайн-інструменти самопрезентації, формувати і організувати роботу команди, приймати рішення, забезпечувати ефективну комунікацію;
- **навичок** розбудови персонального бренду, підготовки резюме, мотиваційного листа і портфоліо, проходження співбесіди, управління часом, використання технологій розвитку лідерства, управління командою, вирішення конфліктів.

Розвиток цифрових технологій і мережі Інтернет сприяють оперативному обміну інформацією і комунікації, забезпечують доступ до великих баз даних, можливість дистанційної зайнятості. В умовах доступності і відкритості інформації конкурентною перевагою для побудови успішної професійної кар’єри є позиціонування себе як всебічно розвиненої особистості. Дисципліна орієнтує на набуття практичних навичок використання маркетингових інструментів для розвитку професійної кар’єри. На заняттях (тренінги, лекції, майстер-класи, вебінари, семінари) використовуються інтерактивні технології навчання, у тому числі з елементами коучингу, фасилітації, проєктної діяльності.

## Структура курсу

Години (лек./пр.)	Тема	Результати навчання	Завдання
4/2	Маркетинг особистості у розвитку професійної кар'єри	Знати сутність поняття маркетинг особистості, компоненти маркетингу особистості, функції маркетингу особистості, тренди розвитку ринку праці, компетенції сучасного фахівця, вміти визначати особисті цілі.	Тести, кейси
4/2	Компоненти персонального бренду	Знати сутність поняття персональний бренд, компоненти його формування, визначати цифрові інструменти просування персонального бренду у віртуальному середовищі, використовувати технології розвитку професійної кар'єри.	Тести, кейси
4/2	Інструменти самопрезентації	Проводити аналіз вимог до фахівців на ринку праці, формувати персональні компетенції, набуття практичних навичок підготовки резюме, мотиваційного листа і портфолію, використання методів з розвитку креативного та аналітичного мислення.	Тести, кейси
4/2	Технологія пошуку роботи і успішного старту на робочому місці	Знати етапи і джерела пошуку роботи, види співбесід, структуру проходження конкурсного відбору на вакансію і випробувального терміну, вміти проводити аналіз оголошення про вакансію, перевірку надійності роботодавця, проходити співбесіду.	Тести, кейси
4/1	Організація проєктної діяльності як форма самозайнятості	Знати компоненти організації проєктної діяльності, особливості роботи проєктного офісу, стартапів, вміти використовувати методи проєктного управління, технології управління часом.	Тести, кейси
4/1	Роль лідерства у формуванні та організації роботи команди	Поглибити знання з сутності понять «менеджмент», «адміністрування», «лідерство», етапів формування команди, визначати компоненти розвитку лідерства, використовувати технології розвитку і мотивації команди.	Тести, кейси
4/2	Ефективна комунікація і медіаграмотність	Знати компоненти емоційного інтелекту, методи психології впливу, особливості формування медіапростору, традиційні і соціальні медіа, обґрунтовувати вибір каналів комунікації, вміти організовувати нетворкінг, проводити публічні виступи, використовувати PR-технологій, виявляти маніпуляції в медіапросторі.	Тести, кейси
4/2	Цифрові навички сучасного фахівця	Знати особливості формування цифрового суспільства і роль використання цифрових платформ у різних сферах життя, вміти використовувати цифрові інструменти ефективно організації роботи, дистанційного виконання завдань у команді.	Тести, кейси

## Літературні джерела

### Основна література

1. Парсяк В. Н. Маркетинг: сучасні концепції та технології. Підручник. Київ: Гельветика, 2020. 325 с.
2. Вовк Н. Маркетинг інформаційних продуктів і послуг. Київ: Новий світ-2000, 2023. 271 с.
3. Картаджайя Х., Сетьяван А., Котлер Ф. Маркетинг 5.0. Технології для людства. КМ-БУКС, 2024. 280 с.
4. Росохата А. С., Летуновська Н. Є. Практикум із маркетингу послуг : навчальний посібник. Суми : Сумський державний університет, 2023. 138 с.

### Додаткова література

5. Брич В., Борисяк О., Білоус Л., Галиш Н. Трансформація системи управління персоналом підприємств : монографія. Тернопіль : ВПЦ «Економічна думка ТНЕУ», 2020. 212 с.
6. Бажеріна К.В., Гнітецький Є. В. Маркетинг послуг: розрахункова робота. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2021. 61 с.
7. Борисяк О. В. Проектний підхід до створення інклюзивного середовища для розвитку персоналу енергосервісної компанії. Економічний і соціальний розвиток України в XXI столітті : національна візія та виклики глобалізації : зб. тез доп. XVII Міжнар. наук.-практ. конф. молодих вчених [м. Тернопіль, 14-15 травня 2020 р.]. Тернопіль : ТНЕУ, 2020. С. 52-53.
8. Типи, етапи і цілі кар'єри. URL: <http://library.if.ua/book/45/3090.html>
9. Три теорії навчання дорослих, які повинен знати кожен освітянин. URL: [https://learnlifelong.net/news/723/tri-teorii-navchannya-doroslikh-yaki-povinen-znati-kozhen-osvityanin?fbclid=IwAR1mHWHG3NUOTTaEVKeEGCMe\\_7ioE1Vg\\_LSsplVu2XAUnoy0g4-NPMkUggk](https://learnlifelong.net/news/723/tri-teorii-navchannya-doroslikh-yaki-povinen-znati-kozhen-osvityanin?fbclid=IwAR1mHWHG3NUOTTaEVKeEGCMe_7ioE1Vg_LSsplVu2XAUnoy0g4-NPMkUggk).
10. Чалдині Р. Психологія впливу ; пер. з англ. М. Скоробогатова. 3-тє вид. Харків : Книжковий Клуб «Клуб сімейного дозвілля», 2020. 352 с.

## Політика оцінювання

- **Політика щодо дедлайнів та перескладання:** Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку (-20 балів). Перескладання модулів відбувається із дозволу деканату за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний).
- **Політика щодо академічної доброчесності:** Списування під час контрольних робіт та екзаменів заборонені (в т.ч. із використанням мобільних пристроїв). Мобільні пристрої дозволяється використовувати лише під час виконання практичних завдань/задач.
- **Політика щодо відвідування:** Відвідування занять є обов'язковим компонентом оцінювання. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, міжнародне стажування) навчання може відбуватись в дистанційній формі за погодженням із керівником курсу.

### Оцінювання

Модуль 1		Модуль 2	Модуль 3
40%	40 %	5 %	15 %
Поточне оцінювання	Модульний контроль	Тренінг	Самостійна робота
Опитування під час заняття. Середнє арифметичне з оцінок за виконання практичних завдань	Модульна контрольна робота	Оцінювання виконання завдань тренінгу.	Виконання наскрізного проєкту

### Шкала оцінювання:

За шкалою ЗУНУ	За національною шкалою	За шкалою ECTS
90-100	відмінно	A (відмінно)
85-89	добре	B (дуже добре)
75-84		C (добре)
65-74	задовільно	D (задовільно)
60-64		E (достатньо)
35-59	незадовільно	FX (незадовільно з можливістю повторного складання)
1-34		F (незадовільно з обов'язковим повторним курсом)