



## СИЛАБУС КУРСУ БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТ ПЕРЕКЛАДАЧА

рівень вищої освіти - бакалавр  
Освітньо-професійна програма "Бзнес-комунікації та переклад"

Дні занять:  
Консультації:

Рік навчання: 2, Семестр: 4

Кількість кредитів: 5 Мова викладання: українська

### Керівник курсу



П.І.П.

к.е.н., доц. **Овсянюк-Бердадіна О. Ф.**

Контактна інформація

[underberg78@ukr.net](mailto:underberg78@ukr.net), +380964577098

### Опис дисципліни

Дисципліна "Бренд-менеджмент перекладача" спрямована на формування у здобувачів ступеня вищої освіти розуміння механізмів формування, позиціонування та просування персонального бренду. Дисципліна орієнтує на опанування компетенцій щодо формування й підтримки персонального бренду з метою посилення конкурентних позицій перекладача в ринковому середовищі реалізації його професійної діяльності.

### Структура курсу

Години (лек. / сем.)	Тема	Результати навчання	Завдання
4 / 2	1. Концептуальні основи бренд-менеджменту	Засвоєння ключових характеристик бренду та цінностей персонального бренду	Тести, питання
4 / 2	2. Зміст атрибутів бренду перекладача	Засвоєння базових засад побудови й підтримки автентичності персонального бренду та проявів персонального бренду в професійних ситуаціях перекладача	Кейси, тести, питання
4 / 2	3. Позиціонування бренду перекладача	Засвоєння алгоритму складання "фіолетової корови» персонального бренду з	Кейси, тести,

		використанням бренд-комунікацій та порядку застосування маркетингових комунікацій у процесах створення персонального бренду	питання
4 / 2	4. Моделі формування бренду перекладача	Опануваннями інструментами управління репутацією та управління кар'єрою перекладача та підходів до удосконалення індивідуального стилю перекладача	Кейси, тести, питання
4 / 2	5. Психологічне забезпечення дієвості бренду перекладача	Засвоєння методики SMART-технологій у плануванні кар'єрної стратегії перекладача	Кейси, тести, питання
4 / 2	6. Технологія управління брендом перекладача	Засвоєння основних принципів побудови комунікацій та візуалізації бренду перекладача для його сприйняття цільовою аудиторією	Кейси, тести, питання
4 / 1	7. Стратегії розвитку бренду перекладача	Оволодіння основними прийомами створення та управління портфоліо бренду, підходами до створення та супроводу власного бренду серед різних груп стейкхолдерів	Кейси, тести, питання
4 / 1	8. Методики оцінки ефективності бренду перекладача	Оволодіння методиками оцінки вартості персонального бренду та ранжування персоніфікованих показників оцінки бренду перекладача	Кейси, тести, питання

### Літературні джерела

1. Балук Н.Р. Комунікації у створенні персонального бренду. *Підприємництво і торгівля*. 2018. Вип. 23. С. 111-119.
2. Куліков О. Розвиток брендингу в Європі. *Теорія і практика інтелектуальної власності*. 2008. № 1. 2016. С. 32-43.
3. Ле Пла Д.Ф., Паркер Л. М. Стратегии развития бренда. Оригинальный практический инструментарий для лидерства вашего бренда. / пер. с англ. под ред. О. Б. Максимовой. Днепропетровск: Баланс-Клуб, 2014. 368 с.
4. Мансуров Р. HR-брендинг. Как повысить эффективность персонала. СПб.: БХВ-Петербург, 2011. 210 с.
5. Мінчінгтон Б. Ключ до створення Employer Brand – вміння керувати. URL: [http://rabota.ua/Info/Jobsearcher/post/2012/11/02/kluch\\_k\\_sozdaniyu\\_Employer\\_Brand\\_umenie\\_rukovodit.aspx](http://rabota.ua/Info/Jobsearcher/post/2012/11/02/kluch_k_sozdaniyu_Employer_Brand_umenie_rukovodit.aspx).
6. Мороз О. В., Пашенко О. В. Теорія сучасного брендингу. Вінниця: УНІВЕРСУМ-Вінниця, 2013. 103 с.
7. Пирогова Ю.К. Коммуникативные приемы дифференциации брендов. *Маркетинг и реклама*. 2015. № 9. С. 29-35.
8. Питерс Том Преврати себя в бренд. 50 верных способов пересать быть посредственостью / пер. С. Филин. М. 2012. 240 с.
9. Траут Дж. Большие бренды – большие проблемы: учитесь на чужих ошибках! / пер. с англ. П. Тарасенко. Днепропетровск: Баланс Бизнес Брукс, 2007. 491 с.
10. Holt, D. V. (2004), How Brands Become Icons: the Principles of Cultural Branding, Boston MA: Harvard Business School Press Louro, M. J. and Cunha, P. V. (2001), Brand management paradigms', *Journal of Marketing Management*, 17: 849-75

11. Michael Beverland Brand Management: Co-creating Meaningful Brands 1st Edition, Kindle Edition, 2018 . 414 p.
12. Tilde Heding, Mogens Bjerre, Charlotte F. Knudtzen Brand Management: Research, Theory and Practice. 2008. 267 p.

### 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:** Усі письмові роботи перевіряються на наявність плагіату і допускаються до захисту із коректними текстовими запозиченнями не більше 20%. Списування під час контрольних робіт та екзаменів заборонені (в т.ч. із використанням мобільних девайсів). Мобільні пристрої дозволяється використовувати лише під час он-лайн тестування (наприклад, програма Kahoot).
- **Політика щодо відвідування:** Відвідування занять є обов'язковим компонентом оцінювання, за яке нараховуються бали. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, міжнародне стажування) навчання може відбуватись в он-лайн формі за погодженням із керівником курсу.

### Оцінювання

Остаточна оцінка за курс розраховується наступним чином:

<i>Модуль 1</i>		<i>Модуль 2</i>	<i>Модуль 3</i>
<b>40 %</b>	<b>40 %</b>	<b>5 %</b>	<b>15 %</b>
<i>Поточне опитування</i>	<i>Модульний контроль 1</i>	<i>Тренінг</i>	<i>Самостійна робота</i>
Оцінка за поточне оцінювання визначається як середнє арифметичне з оцінок, отриманих під час занять (здобувач має бути оцінений не рідше як раз на два заняття).	Модульний контроль проводиться в системі Moodle в позааудиторний час за змістовими модулями 1 і 2 і включає 10 тестових завдань (1 тест – 4 бали) = 40б. і одне управлінське завдання – 60 балів.	Оцінка за виконання тренінгового завдання складає 100 б.	Оцінка за виконання самостійного завдання складає 100 б.

Шкала оцінювання студентів:

<b>ECTS</b>	<b>Бали</b>	<b>Зміст</b>
A	90-100	відмінно
B	85-89	добре
C	75-84	добре
D	65-74	задовільно
E	60-64	достатньо
FX	35-59	незадовільно з можливістю повторного складання
F	1-34	незадовільно з обов'язковим повторним курсом