



СИЛАБУС
ОК «Бренд роботодавця та іміджологія»
2025-2026 навчальний рік

Освітня програма: «Поствоєнна соціально-психологічна реінтеграція».

Спеціальність: І10 Соціальна робота та консультування.

Галузь знань: І Охорона здоров'я та соціальне забезпечення.

Рівень вищої освіти: II (магістерський).

Викладач	Петровська Катерина Володимирівна
Посилання на сайт	http://bdpu.org/faculties/fdso/structure-fdso/kaf-social-pedagogy/composition-kaf-social-pedagogy/petrovsyka/
Контактний телефон	-
E-mail викладача	ev_petrovska@bdpu.org.ua
Графік консультацій	Що п'ятниці з 13.00 до 14.00

Форма навчання	Кількість кредитів\годин	Лекції	Семинарські заняття	Самостійна робота	Звітність
заочна	5\150	6	4	140	залік

Семестр: III семестр

Мова навчання: українська.

Ключові слова: Бренд, брендинг, бренд роботодавця, зовнішній та внутрішній бренд роботодавця, особистий/персональний бренд, брендбук.

Мета курсу: Сформувати у здобувачів вищої освіти системи професійних компетенцій з використання основ брендингу, методів та інструментів його створення для ефективного його просування; набуття компетенцій у сфері дослідження та формування позитивного бренду роботодавця на внутрішньому і зовнішньому ринку праці.

Програмні компетентності:

ЗК-1. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.

ЗК-5. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.

ЗК-6. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість.

ЗК-7. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації.

ЗК-8. Здатність генерувати нові ідеї (креативність).

ЗК-9. Навички міжособистісної взаємодії.

СК-4. Здатність до впровадження методів і технологій інноваційного практикування та управління в системі соціальної роботи та соціально-психологічної реабілітації.

СК-5. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (експертами з інших галузей/видів економічної діяльності), налагоджувати взаємодію державних, громадських і комерційних організацій на підґрунті соціального партнерства.

СК-7. Здатність до професійної рефлексії.

СК-10. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість задля вирішення соціальних проблем через упровадження соціальних інновацій.

СК-11. Здатність виявляти професійну ідентичність та діяти згідно з цінностями соціальної роботи.

СК-10. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість задля вирішення соціальних проблем через упровадження соціальних інновацій.

СК-11. Здатність виявляти професійну ідентичність та діяти згідно з цінностями соціальної роботи.

Результати навчання:

ПРН-9. Виконувати рефлексивні практики в контексті цінностей соціальної роботи та психології, відповідальності, у тому числі для запобігання професійного вигорання.

ПРН-13. Демонструвати ініціативу, самостійність, оригінальність, генерувати нові ідеї для розв'язання завдань професійної діяльності.

ПРН-17. Самостійно будувати та підтримувати цілеспрямовані, професійні взаємини з широким колом людей, представниками різних спільнот і організацій, аргументувати, переконувати, вести конструктивні переговори, результативні бесіди, дискусії, толерантно ставитися до альтернативних думок.

ПРН-18. Демонструвати позитивне ставлення до власної професії та відповідати своєю поведінкою етичним

принципам і стандартам соціальної роботи.

ПРН-23. Робити психологічний та соціальний прогноз щодо розвитку особистості, груп, організацій та громад для підвищення стійкості та зниження ризику поствоєнних травм на різних рівнях.

Зміст курсу:

Тема 1. Поняття бренду та його значення для сучасного менеджера.

Основні категорії та поняття: «бренд», «бренд-айдентика», «брендинг», персональний/особистий бренд. Визначення сутності понять «управління», «репутація», «імідж» та «бренд». Підходи до трактування поняття «бренд» та складові елементи бренду. Складові бренду та брендингу. Брендінг та напрямки його використання. П'ять головних причин для розвитку персонального бренду. Навіщо потрібний особистий бренд? Які переваги він надає? Визначення факторів, що сприяють росту цінності бренду. Взаємозв'язок бренду роботодавця з товарним брендом та стратегією розвитку організації.

Тема 2. Поняття особистого бренду та іміджу соціального працівника/роботодавця.

Актуальність особистого бренду та іміджу соціального працівника. Воронка персонального бренду. Три сили особистого бренду. Структура іміджу соціального працівника. Імідж керівника організації та його вплив на розвиток HR-бренду. Розкриття бренду роботодавця через персоніфікацію. Необхідність створення HR-бренду.

Тема 3. Етапи створення бренду сучасного фахівця/роботодавця.

Бліц-аудит персонального бренду / бренду роботодавця. Співвіднесення особистісних цінностей з обраною сферою діяльності (спіральна динаміка цінностей Клера Грейвза). Етапи формування бренду роботодавця. Участь зовнішніх консультантів та вищого керівництва організації в ході розробки HR-бренду. Визначення сутності внутрішнього та зовнішнього бренду роботодавця. Технології побудови внутрішнього бренду роботодавця. Технології просування HR-бренду на ринку праці.

Тема 4. Технологічні аспекти створення бренду сучасного фахівця/роботодавця.

Засоби та підходи до створення бренду. Моделі створення брендів: колесо бренду, модель ТТВ, модель Unilever Brand Kay. Моделі управління брендом: модель Длігача А.О. «8», модель «Оборотна сторона місяця». Перспективний план розвитку особистого бренду викладача. Формування ефективної команди з розробки концепції бренду державної установи/організації/служби та органу громадської самодіяльності. Ролі та функції членів робочої групи зі створення бренду роботодавця. Керівник з розвитку HR-бренду як рушій його просування. Характеристика ключових показників конкурентоспроможності бренду роботодавця.

Тема 5. Інструменти для популяризації власного бренду/бренду роботодавця.

Діджиталізація HR-процесів у сучасних умовах функціонування суб'єкта господарювання. Соціальні мережі – огляд найпопулярніших мереж; можливості, рекомендації по просуванню в соціальних мережах; загальні правила використання соціальних мереж; SMM. Правила використання мережі Facebook для побудови власного бренду. Як використати Instagram для побудови персонального бренду. Найпоширеніші помилки персонального брендінгу в соціальних мережах. Правила публікації постів в соціальних мережах для успішного просування власного бренду. Сайт (блог): огляд найпопулярніших інструментів, можливості, рекомендації по створенню та наповненню, просуванню себе. Стратегія «Сім «К». Методи перевірки достовірності джерел (фактчекінг).

Методи навчання: словесні (пояснення, розповідь, лекція, вступна бесіда, сторітейлінг, навчальна дискусія); наочні (ілюстрування, опорний мультимедіа-конспект, скрайбінг); практичні (вправи, дослідження, проектування).

Політика курсу (особливості проведення навчальних занять):

Особливості проведення навчальних занять: заняття проводяться у формі дискусій, мозкових штурмів; висловлювання власної точки зору заохочується;

Політика щодо дедлайнів та перескладання. Якщо здобувач освіти не відвідував окремі аудиторні заняття – на консультаціях він має право відпрацювати пропущені заняття та добрати відповідну кількість балів, які були визначені на дану тему заняття. Перескладання відбувається із дозволу деканату за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний).

Політика щодо академічної доброчесності. Дотримання академічної доброчесності здобувачами освіти передбачає: самостійне виконання навчальних завдань, завдань поточного та підсумкового контролю результатів навчання (для осіб з особливими освітніми потребами ця вимога застосовується з урахуванням їхніх індивідуальних потреб і можливостей); посилення на джерела інформації у разі використання ідей, розробок, тверджень, відомостей; дотримання норм законодавства про авторське право і суміжні права; надання достовірної інформації про результати власної освітньої (наукової, творчої) діяльності, використані методики досліджень і джерела інформації».

Виявлення ознак академічної недоброчесності в письмовій роботі здобувача освіти є підставою для її незарахування, незалежно від масштабів плагіату чи обману. Списування під час контрольних та самостійних робіт, іспиту/заліку заборонені (зокрема, з використанням мобільних девайсів). Жодні форми порушення академічної доброчесності та неправомірного використання технологій ШІ не толеруються; підтримка створення освітньо-наукового середовища, побудованого на прозорості, доброчесності та високих стандартах наукової етики.

Політика щодо відвідування. Відвідування занять є обов'язковим. За об'єктивних причин (наприклад,

хвороба, навчання за програмою подвійного диплома, з використанням елементів дуальної форми здобуття освіти, міжнародне стажування) навчання може відбуватись за індивідуальним графіком (в онлайн режимі за погодженням із деканом факультету).

Визнання результатів навчання, отриманих здобувачами вищої освіти у неформальній та/або інформальній освіті, здійснюється на добровільній основі та передбачає підтвердження того, що здобувач досяг результатів навчання, передбачених ОПП, за якою він навчається. Визнанню можуть підлягати такі результати навчання, отримані в неформальній освіті, які за тематикою, обсягом вивчення та змістом відповідають як освітньому компоненту в цілому, так і його окремому розділу, темі (темам), індивідуальному завданню, курсовій роботі (проекту), контрольній роботі тощо, які передбачені програмою (силабусом) освітнього компонента.

Технічне й програмне забезпечення/обладнання, наочність: мультимедійне обладнання, інтерактивні дошки, ноутбук.

Система оцінювання та вимоги:

Поточний контроль

Заочна форма

Тема 1.					
Лекційне заняття	Семинарське заняття	Самостійна робота	Індивідуально-дослідне завдання	Тестування за темою	Підсумкові бали
Відвідування - 1	-	9	15	-	25
Тема 2.					
-	практичні завдання – 10	5	10	-	25
Тема 3.					
Відвідування - 1	-	9	15	-	25
Тема 4.					
-	-	10	15	-	25
Тема 5.					
-	практичні завдання – 10	5	10	-	25
Тема 6.					
-	-	10	15	-	25
Тема 7.					
Відвідування - 1	-	9	15	-	25
Тема 8.					
-	-	10	15	-	25
Тема 9.					
-	-	10	15	-	25
Тема 10.					
-	-	10	15	-	25
				загалом	250
Підрахунок					
Середнє арифметичне 250 \ 5 кредити = 50 балів максимум / 35 мінімум					

Поточний контроль здійснюється за результатами усіх виконаних завдань, передбачених планами семінарських, самостійних, індивідуальних робіт тощо. Нарахування рейтингових балів здійснюється відповідно до критеріїв оцінювання (не пізніше ніж за тиждень після проведення семінарського заняття), систематизованих для кожного з видів робіт та представлено на електронній навчальній платформі Moodle БДПУ.

Підсумковий контроль

Допуск до підсумкового контролю здійснюється якщо здобувач вищої освіти набрав прохідний бал (35 балів). Підсумковий контроль здійснюється в усній формі (відповіді на перелік запропонованих питань). Загальна кількість балів за вивчений курс обчислюється таким чином: підраховується кількість балів, набраних під час поточного контролю за всіма заліковими кредитами, та ділиться на загальну кількість кредитів (визначається середній арифметичний бал). Потім до отриманого показника додаються бали, набрані під час заліку.

Підсумкова кількість балів визначається за формулою:

$$m = \frac{3K_1 + 3K_2 + 3K_3 + 3K_4 + 50}{n} = 100$$

де m – кількість набраних балів за вивчений курс;
 n – кількість залікових кредитів; 50 балів – залік.

Поточне тестування та самостійна робота						Середнє арифметичне за поточну роботу	залік	Сума
Тема 1		Тема 2		Тема 3				
T1	T2	T1	T2	T1	T2			
25		25		25				
Тема 4		Тема 5		Тема 6				
T1	T2	T1	T2	T1	T2			
25		25		25				
Тема 7		Тема 8		Тема 9				
T1	T2	T1	T2	T1	T2			
25		25		25				
Тема 10								
T1	T2							
25								

Шкала оцінювання ЄКТС

Сума балів за всі види навчальної діяльності	
90-100	A
78-89	B
65-77	C
58-64	D
50-57	E
35-49	FX (з можливістю повторного складання)
1-34	F (з обов'язковим повторним вивченням ОК)

Список рекомендованих джерел:

1. Балановська Т. І., Михайліченко М. В., Троян А. В. Сучасні технології управління персоналом: навчальний посібник. Київ: ФОП Ямчинський О.В., 2020. 466с.
2. Варіс, І., Кравчук, О., & Спіріна, К. (2022). Цифрове середовище розвитку бренду роботодавця. Економіка та суспільство. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-36-28>
3. Степанова Л.В., Тужилкіна О.В. Формування позитивного бренду роботодавця в сучасних умовах. Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. 2018. № 5. С. 125-130.
4. Тернавська Т.А., Раєвська Я.М., Мельник Ж.В. Навчально-практичний органайзер з курсу «Менеджмент соціальної роботи»: навчально-методичний посібник для студентів галузі знань 23 Соціальна робота. Кам'янець-Подільський: Видавець Панькова А.С. 2020. 248 с.
5. Трансформація системи управління персоналом підприємств : монографія / Брич Василь, Борисяк Олена, Білоус Л., Галиш Н.; Міністерство освіти і науки України, Тернопільський національний економічний університет. Тернопіль : Економічна думка ТНЕУ, 2020. 211 с.
6. Хитра О.В. Синергія бренду роботодавця і бренду персоналу як результат успішного HR-брендингу на підприємстві. Економіка та підприємництво. 2019. №4. С. 149-156.
7. Цимбалюк С. О. Бренд роботодавця: методологія дослідження та практика формування [Електронний ресурс] : монографія / С. О. Цимбалюк. Київ : КНЕУ, 2018. 227с.
8. Цимбалюк С.О. Управління брендом роботодавця : навчальний посібник. Київ : КНЕУ. 2016. 258 с. URL: https://ir.kneu.edu.ua/bitstream/handle/2010/35633/tsymbalyuk_uprav_16.pdf?sequence=1&isAllowed=y
9. Череп А.В., Пуліна Т.В., Череп О.Г. Інноваційний менеджмент : підручник. Київ: Кондор, 2018. 440 с.
10. Шарп Б. Як зростають бренди / перекл. з англ. Валєвська Н. Київ : Наш Формат, 2019. 264 с.

Допоміжна:

1. Управління персоналом: навчально-методичний посібник / укладачі: О.Дяків, В.Островерхов; Міністерство освіти і культури України, Тернопільський національний економічний університет. Тернопіль : ТНЕУ, 2018. 285с.
2. Управління персоналом : підручник / О. М. Шубалий, Н. Т. Рудь, А. І. Гордійчук, І. В. Шубала, М. І. Дзямучич, О. В. Потьомкіна, О. В. Серєда; за заг. ред. О. М. Шубалого. Луцьк: ІВВ Луцького НТУ, 2018. 404 с.
3. Технології управління людськими ресурсами [Електронний ресурс] : навчальний посібник для здобувачів ступеня магістра за освітньою програмою «Менеджмент і бізнес-адміністрування» / Л. Є. Довгань, Л. Л. Ведута, Г. А. Мохонько ; КПІ ім. Ігоря Сікорського. Електронні текстові дані (1 файл: 4,8 Мбайт). Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2018. 511 с. <https://ela.kpi.ua/handle/123456789/25275>.
4. Александрова С. А. Конспект лекцій з курсу «Управління персоналом». Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2015. 67 с.
5. Гавриш О. А. Технології управління персоналом: монографія / О. А. Гавриш, Л. Є. Довгань, І. М. Крейдич, Н. В. Семенченко. Київ: НТУУ «КПІ імені Ігоря Сікорського», 2017. 528 с.
6. Криворучко О. М. Управління персоналом підприємства: навч. посібник. Х. : ХНАДУ, 2016. 200 с.
7. Назарчук Т.В., Косіюк О.М. Менеджмент організацій : навчальний посібник. Київ: Центр учбової літератури, 2018. 559 с.
8. Про управління персоналом. 10 найкращих статей з Harvard Business Review; Пер. з англ. Л. Лебеденко. К. : Вид. група КМ-БУКС, 2018. 256 с.
9. Технології управління персоналом.: монографія/ О.А.Гавриш, Л.Є.Довгань, І.М.Крейдич,,Н.В.Семенченко.- Київ: НТУУ «КПІ імені Ігоря Сікорського» 2017. 528 с. URL: 89 https://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/19480/1/tekhnohii_upravlinnia_per_sonalom.pdf

Інформаційні ресурси

1. Бібліотека БДПУ <http://edu.bdpu.org.ua>
2. Сайт БДПУ <http://bdpu.org.ua>
3. Електронна навчальна платформа Moodle БДПУ <https://edu.bdpu.org/login/index.php>.