



СИЛАБУС КУРСУ БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТ ПЕРЕКЛАДАЧА

ступінь вищої освіти – бакалавр
галузь знань – 03 Гуманітарні науки
спеціальність – 035 Філологія
спеціалізація – 035.041 Германські мови та літератури
(переклад включно), перша - англійська
освітньо-професійна програма – “Бізнес-комунікації та переклад”

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, +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

№ з/п	Тема	Результати навчання	Завдання
1	1. Концептуальні основи бренд-менеджменту.	Засвоєння ключових характеристик бренду та цінностей персонального бренду.	Тести, питання.
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.
3	3. Позиціонування бренду перекладача.	Засвоєння алгоритму складання "фіолетової корови» персонального бренду з використанням бренд-комунікацій та порядку	Кейси, тести, питання.

		застосування маркетингових комунікацій у процесах створення персонального бренду.	
4	4. Моделі формування бренду перекладача.	Опануваннями інструментами управління репутацією та управління кар'єрою перекладача та підходів до удосконалення індивідуального стилю перекладача.	Кейси, тести, питання.
5	5. Психологічне забезпечення дієвості бренду перекладача.	Засвоєння методики SMART-технологій у плануванні кар'єрної стратегії перекладача.	Кейси, тести, питання.
6	6. Технологія управління брендом перекладача.	Засвоєння основних принципів побудови комунікацій та візуалізації бренду перекладача для його сприйняття цільовою аудиторією.	Кейси, тести, питання.
7	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.
8	8. Методики оцінки ефективності бренду перекладача.	Оволодіння методиками оцінки вартості персонального бренду та ранжування персоніфікованих показників оцінки бренду перекладача.	Кейси, тести, питання.

Рекомендовані джерела інформації

1. Балук Н.Р. Комунікації у створенні персонального бренда. *Підприємництво і торгівля*. 2018. Вип. 23. С. 111-119.
2. Батченко, Л. В. та ін. Бізнес-комунікації в міжнародному менеджменті: навч. посіб. / Л. В. Батченко, І. С. Бондар, В. А. Русавська. Київ : Ліра-К, 2019. 303 с.
3. Брич, В. Я. Креативний менеджмент [Текст] : підручник / Брич В. Я., Корман М. М. ; Тернопіл. нац. екон. ун-т. Тернопіль : ТНЕУ, 2018. 219 с.
4. Куліков О. Розвиток брендингу в Європі. *Теорія і практика інтелектуальної власності*. 2008. № 1. 2016. С. 32-43.
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.
6. Мороз О. В., Пашенко О. В. Теорія сучасного брендингу. Вінниця: УНІВЕРСУМ-Вінниця, 2013. 103 с.
7. Фергюсон, Алекс. Менеджмент у стилі "Манчестер Юнайтед". Як стати чемпіоном [Текст] / Алекс Фергюсон та Майкл Моріц; пер. з англ. Дмитро Кожедуб. Київ : Наш формат, 2019. 279 с.
8. Holt, D. B. (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
9. Michael Beverland *Brand Management: Co-creating Meaningful Brands* 1st Edition, Kindle Edition, 2018 . 414 p.
10. Tilde Heding, Mogens Bjerre, Charlotte F. Knudtzen *Brand Management: Research, Theory and Practice*. 2008. 267 p.

Політика оцінювання

• Політика щодо дедлайнів та перескладання: Для виконання індивідуальних завдань і проведення контрольних заходів встановлюються конкретні терміни. Перескладання модулів відбувається з дозволу дирекції інституту за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний).

• Політика щодо академічної доброчесності: Використання друкованих і електронних джерел інформації під час контрольних заходів заборонено.

• Політика щодо відвідування: Відвідування занять є обов'язковим, бали нараховуються за відповіді на практичних заняттях. За об'єктивних причин (наприклад, карантин, військовий стан, хвороба, закордонне стажування, тощо) навчання може відбуватись в онлайн формі за погодженням із керівником курсу.

Оцінювання

Остаточна оцінка за курс розраховується наступним чином:

Види оцінювання	% від остаточної оцінки
Заліковий модуль 1 (теми 1-4) 1. Усне опитування під час заняття (4 теми по 10 балів = 40 балів) 2. Модульна контрольна робота, тестування - 60 балів	30
Заліковий модуль 2 (теми 5-8) 1. Усне опитування під час заняття (4 теми по 10 балів = 40 балів). 2. Модульна контрольна робота, тестування – 60 балів.	40
Заліковий модуль 3 1. Написання та захист КПІЗ – 60 балів. 2. Виконання завдань під час тренінгів 20 балів. 3. Виконання самостійної роботи - 20 балів.	30

Шкала оцінювання студентів:

ECTS	Бали	Зміст
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