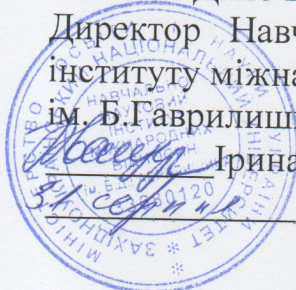


**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАХІДНОУКРАЇНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН
ІМ. Б. ГАВРИЛИШИНА**

ЗАТВЕРДЖУЮ

Директор Навчально-наукового
інституту міжнародних відносин
ім. Б. Гаврилишина



Ірина ІВАЩУК
_____ 2023 р.

ЗАТВЕРДЖУЮ

В.о. проректора з науково-
педагогічної роботи



Віктор ОСТРОВЕРХОВ
_____ 2023 р.

РОБОЧА ПРОГРАМА

з дисципліни «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»

кафедра менеджменту, публічного управління та персоналу

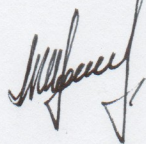
Форма навчання	Курс	Семестр	Лекції (год)	Практ. (год)	ІРС (год)	Тренінг КПЗ	Самост. робота студ. (год)	Разом (год)	Залік (семестр)
Денна	2	4	28	14	3	6	99	150	4

Тернопіль – ЗУНУ
2023

Робочу програму склала доцент кафедри менеджменту, публічного управління та персоналу, к.е.н., доц. Олександра ОВСЯНЮК-БЕРДАДІНА

Робоча програма затверджена на засіданні кафедри менеджменту, публічного управління та персоналу, протокол № 1 від 29.08.2023р.

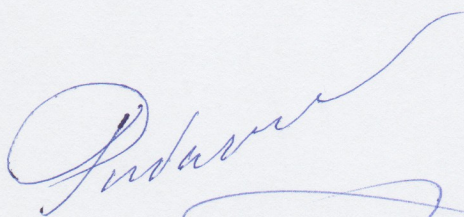
Завідувач кафедри



Михайло ШКІЛЬНЯК

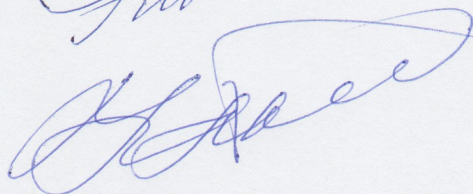
Розглянуто та схвалено групою забезпечення спеціальності «Філологія» протокол № 1 від 29.08.2023 р.

Керівник ГЗС



Світлана РИБАЧОК

Гарант ОПШ



Наталія РИБІНА

СТРУКТУРА РОБОЧОЇ ПРОГРАМИ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТ ПЕРЕКЛАДАЧА»

1. Опис дисципліни «Бренд-менеджмент перекладача»

Дисципліна «Бренд-менеджмент перекладача»	Галузь знань, спеціальність, спеціалізація, ступінь вищої освіти	Характеристика навчальної дисципліни
Кількість кредитів ECTS: 5	Галузь знань 03 Гуманітарні науки	Статус дисципліни Вибіркова дисципліна Мова навчання українська
Кількість залікових модулів: 3	Спеціальність - 035 Філологія Спеціалізація – 035.041 Германські мови та література (переклад включно), перша - англійська	Рік підготовки: 2 Семестр : 4
Кількість змістових модулів: 2	Ступінь вищої освіти - бакалавр	Лекції: 28 год. Практичні заняття: 14 год.
Загальна кількість годин: 150 год.		Самостійна робота: 99 год. Тренінг, КПІЗ: 6 год. Індивідуальна робота: 3 год.
Тижневих годин: 10,7 год., з них аудиторних – 3 год.		Вид підсумкового контролю: залік

2. Мета й завдання вивчення дисципліни «Бренд-менеджмент перекладача»

2.1. Мета вивчення дисципліни

Посилення конкуренції на ринку праці та турбулентне ринкове середовище зумовлюють необхідність побудови сильної індивідуальної професійної парадигми, яка б вигідно позиціонувала перекладача на ринку лінгвістичних послуг у бізнес середовищі. Результатом цього процесу є бренд перекладача, який не є усталеним та вимагає використання низки управлінських підходів для його підтримки та посилення дієвості.

Курс “Бренд-менеджмент перекладача” має суттєве значення для зміцнення конкурентних позицій майбутніх фахівців з бізнес-комунікацій при реалізації ними професійної діяльності.

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.

Метою дисципліни є опанування здобувачами вищої освіти сучасними підходами до формування і підтримки персонального бренду на засадах інноваційних підходів до його позиціонування та зміцнення.

Загальноосвітнє значення цієї дисципліни полягає у тому, що курс посилює професійну підготовку фахівців-перекладачів у сфері професійних комунікацій .

2.2. Завдання вивчення дисципліни

Завданнями вивчення дисципліни «Бренд-менеджмент перекладача» є:

- формування у майбутніх фахівців компетенцій щодо дослідження створення та просування персонального бренду;
- розроблення комплексних програм з формування сильного персонального бренду перекладача з метою посилення конкурентних позицій на ринку;
- набуття навичок практичного застосування SMART-технологій у плануванні індивідуальної кар'єри;
- набуття навичок написання професійного резюме та формування портфоліо перекладача.

3. Програма дисципліни «Бренд-менеджмент перекладача»

Дисципліна «Бренд-менеджмент перекладача» включає два змістових модулі.

Змістовий модуль 1. Базові засади бренд-менеджменту

Тема 1. Концептуальні основи бренд-менеджменту

Доцільність та актуальність формування бренду перекладача. Ключові характеристики бренду. Основи формування сильного бренду. Базові програми побудови бренду. Зовнішня архітектура бренду. Внутрішнє сприйняття бренду. Атрибути іміджу в системі бренд-менеджменту. Особливості просування бренду перекладача.

Література: [3, 4,7,11].

Тема 2. Зміст атрибутів бренду перекладача

Цінності персонального бренду перекладача. Створення цінності бренду перекладача. Ідентичність бренду. Візуальне оформлення образу перекладача та його елементи. Формування портфоліо бренду.

Література: [3, 4,12].

Тема 3. Позиціонування бренду перекладача

Застосування SMART-технологій у плануванні кар'єрної стратегії. Кар'єрні якоря. Побудова карти позиціонування. Культура ділового спілкування, в тому числі у міжнародних економічних відносинах. Додержання правил ділового етикету. Репозиціонування бренду.

Література: [1,2,4,7,8].

Тема 4. Моделі формування бренду перекладача

Послідовність і автентичність персонального бренду перекладача. «Фіолетова королева» персонального бренду. Процес переконання цільової аудиторії за моделлю В. Мак-Гуйара. Контекстна модель бренду.

Література: [2,4,7,9,11].

Змістовий модуль 2. Прикладні засади формування і реалізації бренд-менеджменту перекладача

Тема 5. Психологічне забезпечення дієвості бренду перекладача

Прояв персонального бренду перекладача у щоденних ситуаціях. Наймінг бренду перекладача. Супровід легенди бренду перекладача. Етичний супровід бренду перекладача.

Література: [1,2,4, 5,9].

Тема 6. Технологія управління брендом перекладача

Формування персонального бренду перекладача з використанням бренд-комунікацій. Маркетингові комунікації у процесах створення персонального бренду. Управління репутацією та управління кар'єрою. Соціальні комунікації як інструмент управління лояльністю стейкхолдерів бренду перекладача.

Література: [7,9,11].

Тема 7. Стратегії розвитку бренду перекладача

Стратегія зміцнення персонального бренду. Маркетинговий комунікаційний процес між персональним брендом і цільовою аудиторією. Удосконалення управлінського стилю, розвиток лідерських якостей перекладача. Формулювання комунікації та візуалізація бренду для його сприйняття на міжнародному рівні.

Література: [2,9,12].

Тема 8. Методики оцінки ефективності бренду перекладача

Оцінка бренду перекладача: за і проти. Показники, що характеризують результати бренду перекладача. Показники оцінки вартості бренду перекладача.
Література: [4,11].

4. Структура залікового кредиту дисципліни «Бренд-менеджмент перекладача»

Денна форма навчання

	Кількість годин					
	Лекції	Практичні заняття	Самостійна робота	Індивідуальна робота	Тренінг, КПЗ	Контрольні заходи
Змістовий модуль 1. Базові засади бренд-менеджменту						
Тема 1. Концептуальні основи бренд-менеджменту	2	2	6			Програмований контроль
Тема 2. Зміст атрибутів бренду перекладача	4	2	12			Програмований контроль
Тема 3. Позиціонування бренду перекладача	4	2	14			Програмований контроль
Тема 4. Моделі формування бренду перекладача	4	2	15			Програмований контроль
Змістовий модуль 2. Прикладні засади формування і реалізації бренд-менеджменту перекладача						
Тема 5. Психологічне забезпечення дієвості бренду перекладача	4	2	14			Програмований контроль
Тема 6. Технологія управління брендом перекладача	4	2	14	3		Програмований контроль
Тема 7. Стратегії розвитку бренду перекладача	4	1	10			Програмований контроль
Тема 8. Методики оцінки ефективності бренду перекладача	2	1	14			Програмований контроль
ВСЬОГО	28	14	99	3	6	

5. Тематика практичних занять

Практичне заняття №1

Тема: Концептуальні основи бренд-менеджменту

Мета: Засвоєння ключових характеристик бренду та цінностей персонального бренду.

Питання для обговорення:

1. Доцільність та актуальність формування бренду перекладача.
2. Ключові характеристики бренду.
3. Основи формування сильного бренду. Базові програми побудови бренду.
4. Зовнішня архітектура бренду.
5. Внутрішнє сприйняття бренду.
6. Атрибути іміджу в системі бренд-менеджменту.
7. Особливості просування бренду перекладача.

Література: [1,3, 4,].

Практичне заняття №2

Тема: Зміст атрибутів бренду перекладача

Мета: Засвоєння базових засад побудови й підтримки автентичності персонального бренду та проявів персонального бренду в професійних ситуаціях перекладача.

Питання для обговорення:

1. Цінності персонального бренду перекладача.
2. Створення цінності бренду перекладача.
3. Ідентичність бренду.
4. Візуальне оформлення образу перекладача та його елементи.
5. Формування портфоліо бренду.

Література: [3,6,12].

Практичне заняття №3

Тема: Позичування бренду перекладача

Мета: Засвоєння алгоритму складання корпоративного кодексу організації.

Питання для обговорення:

1. Застосування SMART-технологій у плануванні кар'єрної стратегії.
2. Побудова карти позиціонування.
3. Культура ділового спілкування, в тому числі у міжнародних економічних відносинах. Додержання правил ділового етикету.
4. Репозиціонування бренду.

Література: [1,3,7].

Практичне заняття №4

Тема: Моделі формування бренду перекладача

Мета: Опанування інструментами управління репутацією та управління кар'єрою перекладача та підходів до удосконалення індивідуального стилю перекладача.

Питання для обговорення:

1. Послідовність й автентичність персонального бренду перекладача.
2. «Фіолетова корова» персонального бренду.
3. Процес переконання цільової аудиторії за моделлю В. Мак-Гуйара.
4. Контекстна модель бренду.

Література: [2, 4].

Практичне заняття №5

Тема: Психологічне забезпечення дієвості бренду перекладача

Мета: Засвоєння методики SMART-технологій у плануванні кар'єрної стратегії перекладача.

Питання для обговорення:

1. Прояв персонального бренду перекладача у щоденних ситуаціях.

2. Назва бренду перекладача.
 3. Супровід легенди бренду перекладача.
 4. Етичний супровід бренду перекладача.
- Література: [2, 4].

Практичне заняття №6

Тема: Технологія управління брендом перекладача

Мета: Засвоєння основних принципів побудови комунікацій та візуалізації бренду перекладача для його сприйняття цільовою аудиторією.

Питання для обговорення:

1. Формування персонального бренду перекладача з використанням бренд-комунікацій.
2. Маркетингові комунікації у процесах створення персонального бренду.
3. Управління репутацією та управління кар'єрою.
4. Соціальні комунікації як інструмент управління лояльністю стейкхолдерів бренду перекладача.

Література: [4, 8,11].

Практичне заняття №7

Тема. Стратегії розвитку бренду перекладача / Методики оцінки ефективності бренду перекладача

Мета: Оволодіння основними прийомами створення та управління портфоліо бренду, підходами до створення та супроводу власного бренду серед різних груп стейкхолдерів.

Оволодіння методиками оцінки вартості персонального бренду та ранжування персоніфікованих показників оцінки бренду перекладача.

Питання для обговорення:

1. Стратегія зміцнення персонального бренду.
2. Маркетинговий комунікаційний процес між персональним брендом і цільовою аудиторією.
3. Удосконалення управлінського стилю, розвиток лідерських якостей перекладача.
4. Формулювання комунікації та візуалізація бренду для його сприйняття на міжнародному рівні.
5. Оцінка бренду перекладача: за і проти.
6. Показники, що характеризують результати бренду перекладача.
7. Показники оцінки вартості бренду перекладача.

Література: [4,7,8].

6. Комплексне практичне індивідуальне завдання

Варіанти КПЗ з дисципліни «Бренд-менеджмент перекладача»

Варіант 1.

1. На основі аналізу міжнародного досвіду управління описати дієві технології просування особистого бренду
2. Розкрити основи культури ділового спілкування, в тому числі у міжнародних економічних відносинах.
3. Створити тестовий паблік бренду перекладача та описати його контент-супровід в інтернеті.
4. Скласти персональне портфоліо.
5. Підготувати резюме та CV для участі міжнародних проектах.

Варіант 2.

1. З'ясувати можливості врахування думок і рекомендацій різних груп стейкхолдерів при створенні бренду перекладача та його поширення у сфері бізнес-комунікацій.
2. Визначити роль засобів масової інформації в підтримці HR-бренду.
3. Створити тестовий паблік бренду перекладача та описати його контент-супровід в інтернеті.

4. Скласти персональне портфолію.
5. Підготувати резюме та CV для участі у міжнародних проектах.

Варіант 3.

1. З'ясувати виняткові передумови та умови формування сильного бренду.
2. Провести аналіз сильних і слабких сторін сегментованої цільової аудиторії.
3. Створити тестовий паблік бренду перекладача та описати його контент-супровід в інтернеті.
4. Скласти персональне портфолію.
5. Підготувати резюме та CV для участі у міжнародних проектах.

Варіант 4.

1. Запропонувати способи просування в цільових аудиторіях.
2. Провести аудит особистісних ресурсів.
3. Створити тестовий паблік бренду перекладача та описати його контент-супровід в інтернеті.
4. Скласти персональне портфолію.
5. Підготувати резюме та CV для участі у міжнародних проектах.

Варіант 5.

1. Охарактеризувати атрибути іміджу перекладача.
2. Визначити основні причини недосконалої діяльності з формування іміджу.
3. Створити тестовий паблік бренду перекладача та описати його контент-супровід в інтернеті.
4. Скласти персональне портфолію.
5. Підготувати резюме та CV для участі у міжнародних проектах.

Варіант 6.

1. Оцінити можливості застосування SMART-технологій у плануванні кар'єрної стратегії.
2. Запропонувати способи просування персонального бренду перекладача в цільових аудиторіях.
3. Створити тестовий паблік бренду перекладача та описати його контент-супровід в інтернеті.
4. Скласти персональне портфолію.
5. Підготувати резюме та CV для участі у міжнародних проектах.

Варіант 7.

1. З'ясувати особливості стратегії «проштовхування» персонального бренду.
2. Визначити типові помилки персонального брендингу.
3. Створити тестовий паблік бренду перекладача та описати його контент-супровід в інтернеті.
4. Скласти персональне портфолію.
5. Підготувати резюме та CV для участі у міжнародних проектах.

Варіант 8.

1. Описати складові елементів персонального бренду.
2. Розробити прототип ефективного професійного образу.
3. Створити тестовий паблік бренду перекладача та описати його контент-супровід в інтернеті.
4. Скласти персональне портфолію.
5. Підготувати резюме та CV для участі у міжнародних проектах.

Варіант 9.

1. Навести приклади інформаційних приводів у створенні позитивного HR-бренду.
2. Описати ключові риси сильного персонального бренду.
3. Створити тестовий паблік бренду перекладача та описати його контент-супровід в інтернеті.
4. Скласти персональне портфолію.
5. Підготувати резюме та CV для участі у міжнародних проектах.

Варіант 10.

1. Визначити типові помилки персонального брендингу.
2. Описати прийоми переконання цільової аудиторії.
3. Створити тестовий паблік бренду перекладача та описати його контент-супровід в інтернеті.
4. Скласти персональне портфоліо.
5. Підготувати резюме та CV для участі у міжнародних проектах.

7. Самостійна робота:

№ п/п	Тема та зміст самостійної роботи
1.	Опрацювання лекційного матеріалу, навчальної та спеціальної літератури, незалежних джерел та рекомендацій щодо світової та вітчизняної практики формування та реалізації персонального бренду
2.	Оволодіння технологією формування персонального бренду перекладача
3	Виконання індивідуального завдання

8. Тренінг з дисципліни

Тематика тренінгу

1. Етапи розробки стратегії персональної конкурентної ідентичності.
2. Зображення позиції персонального бренду на картах-схемах сприйняття
3. Алгоритми просування персонального бренду перекладача.

Порядок проведення тренінгу

1. Вступна частина проводиться з метою ознайомлення студентів з темою тренінгового завдання
2. Організаційна частина полягає у створенні робочого настрою у колективі студентів, визначенні правил проведення тренінгового завдання.
3. Практична частина шляхом виконання завдань.
4. Підведення підсумків. Обговорення результатів виконання завдань у групах, обмін думками.

9. Засоби оцінювання та методи демонстрування результатів навчання

В процесі вивчення дисципліни “Бренд-менеджмент перекладача” використовуються наступні засоби оцінювання та методи демонстрування результатів навчання:

- стандартизовані тести;
- поточне опитування;
- командні проекти;
- презентації результатів виконаних завдань та досліджень;
- оцінювання результатів КПЗ;
- студентські презентації та виступи на наукових заходах;
- модульна контрольна робота;
- залік.

10. Критерії, форми поточного та підсумкового контролю

Підсумковий бал (за 100-бальною шкалою) з дисципліни “Бренд-менеджмент перекладача” визначається як середньозважена величина, в залежності від питомої ваги кожної складової залікового кредиту.

Заліковий модуль 1	Заліковий модуль 2	Заліковий модуль 3	Разом, %
30	40	30	100
Усне опитування під час	Усне опитування під час	Підготовка та захист КПЗ на	100

занять (Тема 1-4 по 10 балів = 40 балів) Модульна контрольна робота, тестування = 60 балів	занять (Тема 5-8 по 10 балів = 40 балів) Модульна контрольна робота, тестування = 60 балів	основі сформованих індивідуальних завдань = 40 балів Участь у тренінгах. = 20 балів Самостійна робота = 20 балів	
---	---	--	--

Шкала оцінювання:

За шкалою Університету	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)

11. Інструменти, обладнання та програмне забезпечення, використання яких передбачає навчальна дисципліна

№	Найменування	Номер теми
1	Мультимедійне забезпечення викладання лекцій (проектор; on-line платформи: ZOOM; Google Meet)	1-8
2	Система дистанційного навчання ЗУНУ moodle.wunu.edu.ua	1-8
3	Пакет прикладних програм базових інформаційних технологій: MS Office	1-8
4	Телекомунікаційне програмне забезпечення (Internet Explorer, Opera, Google Chrome, Firefox)	1-8

12. 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.