

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**Волинський національний університет імені Лесі Українки**  
**Факультет культури і мистецтв**  
**Кафедра культурології**

**СИЛАБУС**  
**вибіркового освітнього компонента**  
**ФОРМУВАННЯ ПРОФЕСІЙНОГО ІМІДЖУ**  
**підготовки магістра**


Луцьк – 2026

**Силабус освітнього компонента «ФОРМУВАННЯ ПРОФЕСІЙНОГО ІМІДЖУ»** підготовки магістра

**Розробник:** Столярчук Н. М., доцент, кандидат філософських наук, доцент кафедри культурології

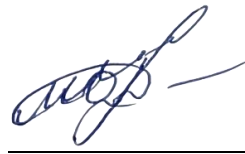
**Погоджено**

Гарант освітньо-професійної програми:

  
\_\_\_\_\_ Шостак В. М.

.Силабус освітнього компонента затверджено на засіданні кафедри культурології протокол №10 від 2 лютого 2026 р.

Завідувач кафедри:

  
\_\_\_\_\_

доцент Москвич О. Д.

## I. Опис освітнього компонента

Найменування показників	Галузь знань, спеціальність, освітньо-професійна /освітньо-наукова/освітньо-творча програма, освітній рівень	Характеристика освітнього компонента
Денна форма здобуття освіти	В Культура, мистецтво та гуманітарні науки В 12 Культурологія та музеєзнавство ОПП «Культурологія. Культурна політика і міжкультурна взаємодія» Другий (магістерський) рівень вищої освіти	<b>Вибірковий</b>
Кількість годин/кредитів _120_ / _4_		<b>Рік навчання</b> 1
ІНДЗ: <u>немає</u>		<b>Семестр</b> 1 -ий
		<b>Лекції</b> 10 год.
		<b>Практичні (семінарські)</b> 14 год.
Мова навчання		<b>Самостійна робота</b> 88 год.
		<b>Консультації</b> 8 год.
		<b>Форма контролю:</b> залік
		<b>Українська</b>

## II. Інформація про викладача (-ів)

Прізвище, ім'я та по батькові: **Столярчук Наталія Миколаївна**

Науковий ступінь: **кандидат філософських наук**

Вчене звання: **доцент**

Посада: **доцент кафедри культурології**

Контактна інформація: моб. тел. 097 2582490 *ел. адреса:*

[Stolyarchyk.Natalya@vnu.edu.ua](mailto:Stolyarchyk.Natalya@vnu.edu.ua)

Дні занять : <https://ps.vnu.edu.ua/cgi-bin/timetable.cgi?n=700>.

## III. Опис освітнього компонента

### 1. Анотація курсу

Силабус вибіркового освітнього компонента «Формування професійного іміджу» складено з урахуванням можливості формування індивідуальної освітньої траєкторії здобувачів освіти магістерського рівня. Навчальний курс буде цікавий для тих студентів, які усвідомлюють значимість іміджу як необхідної умови успіху ділової людини. Програма курсу передбачає вивчення іміджу як мистецтва керувати враженням, уміння самопрезентації, включає розуміння соціально-психологічної суті іміджу, базових елементів, які створюють імідж, зовнішніх і внутрішніх ( етичних, психологічних) чинників іміджу, технологій творення особистого іміджу, основних компонентів іміджу керівника (зовнішній вигляд,

тактика спілкування, діловий етикет і протокол; етика ділового спілкування), імідж-технологій у світських та ділових заходах, а також засвоєння новітніх методик творення корпоративного іміджу. Курс включає практичну складову, після виконання якої кожен студент зможе створити проект іміджу успішного управлінця у сфері своєї професійної діяльності, а також розробить план формування позитивного іміджу своєї організації (установи, колективу, закладу і т.п.).

2. **Мета освітнього компонента:** сформувати у здобувачів освіти системне розуміння сутності професійного іміджу, його структурних компонентів та механізмів формування, а також розвинути практичні навички створення, підтримки й корекції власного професійного іміджу з урахуванням вимог професійного середовища, етичних норм і сучасних комунікативних практик.

### Завдання курсу

1. Ознайомити з теоретичними підходами до поняття іміджу, репутації та бренду особистості у професійному контексті.
  2. Розкрити психологічні, соціокультурні та комунікативні чинники формування професійного іміджу.
  3. Проаналізувати складові професійного іміджу: зовнішній вигляд, вербальна і невербальна комунікація, стиль поведінки, цифровий імідж.
  4. Сформувати навички самопрезентації та публічного представлення у професійному середовищі.
  5. Розвинути вміння аналізувати та коригувати власний імідж відповідно до професійних ролей і цільових аудиторій.
  6. Ознайомити з етичними нормами та стандартами професійної поведінки як основи позитивного іміджу.
  7. Навчити використовувати сучасні інструменти формування іміджу, зокрема цифрові платформи та соціальні мережі.
  8. Сприяти розвитку рефлексії, усвідомлення власних професійних цінностей і ресурсів як підґрунтя сталого професійного іміджу.
3. У результаті вивчення курсу «**Формування професійного іміджу**» можуть бути сформовані такі **soft skills**:
1. **Комунікативні навички** (чітке і переконливе висловлювання думок; активне слухання; адаптація стилю спілкування до різних аудиторій).
  2. **Навички самопрезентації** (представлення себе, своїх ідей і результатів діяльності; публічні виступи, участь у професійних дискусіях; формування першого враження).
  3. **Емоційний інтелект** (усвідомлення власних емоцій і реакцій; розуміння емоцій інших людей; саморегуляція в професійних ситуаціях).
  4. **Рефлексивні навички і самоменеджмент** (самоаналіз сильних і слабких сторін; планування професійного розвитку; здатність до корекції поведінки та стилю взаємодії).

5. **Навички міжособистісної взаємодії** (встановлення і підтримка професійних контактів; робота в команді; конструктивне вирішення конфліктів).
6. **Критичне мислення** (аналіз власного та чужого професійного іміджу; оцінювання інформації і комунікаційних стратегій).
7. **Цифрова комунікація і цифрова репутація** (відповідальна поведінка в соціальних мережах; створення професійного профілю; управління онлайн-репутацією).
8. **Адаптивність і гнучкість** (здатність змінювати стиль поведінки відповідно до професійного контексту; реагування на зміну вимог і соціальних умов).
9. **Етична компетентність** (дотримання норм професійної етики; усвідомлення відповідальності за власний публічний образ).

#### 4. Структура освітнього компонента.

Назви змістових модулів і тем	Усього	Лек.	Прак тич.	Сам. роб.	Конс .	Форма контролю/ Бали
<b>Змістовий модуль 1. Професійний імідж: теорія і практика</b>						
Тема 1. Професійний імідж: сутність, структура та функції	16	2	2	12		ДС/10
Тема 2. Психологічні механізми формування враження і самопрезентації	18	2	2	12	2	РМГ/10
Тема 3. Самопрезентація в професійному середовищі	14		2	12		ДБ/10
Тема 4. Зовнішні та поведінкові компоненти професійного іміджу	18	2	2	12	2	РМГ/10
Тема 5. Цифровий імідж і репутація в сучасному медіапросторі	16	2	2	12		ДС/10
Тема 6. Професійна етика та культура поведінки	16		2	12	2	ДБ/10
Тема 7. Стратегія формування і розвитку власного професійного іміджу	22	2	2	16	2	ІРС/10
Разом за модулем 1	120	10	14	88	8	70
<b>Види підсумкових робіт</b>						Бал
Заліковий проект						30
<b>Всього годин/Балів</b>	120	10	14	88	8	100

Форма контролю\*: ДС – дискусія, ДБ – дебати, Т – тести, ТР – тренінг, РЗ/К – розв’язування задач/кейсів, ІНДЗ/ІРС – індивідуальне завдання/індивідуальна робота здобувача освіти, РМГ – робота в малих групах, МКР/КР – модульна

контрольна робота/ контрольна робота, Р – реферат, а також аналітична записка, аналітичне есе, аналіз твору тощо.

## 5. Завдання для самостійного опрацювання.

### **Тема 1. Професійний імідж: сутність, структура та функції**

Завдання:

1. Опрацювати наукові або навчальні джерела про поняття іміджу, репутації та особистісного бренду.
2. Скласти схему «Структура професійного іміджу» (візуальна схема або таблиця).
3. Підготувати коротке письмове пояснення (1–2 сторінки), які складові іміджу є найважливішими у вашій професійній сфері.

### **Тема 2. Психологічні механізми формування враження і самопрезентації . Самоаналіз професійних ресурсів і якостей**

Завдання:

1. Провести самооцінку власних сильних і слабких сторін (можна використати SWOT-аналіз).
2. Визначити 5–7 особистісних якостей, які сприяють формуванню позитивного професійного іміджу.
3. Написати коротку рефлексію (1 сторінка) про власні ресурси для професійного розвитку.

### **Тема 3. Самопрезентація в професійному середовищі**

Завдання:

1. Підготувати текст усної самопрезентації (1–2 хвилини).
2. Проаналізувати приклади успішних публічних виступів фахівців своєї галузі (1–2 приклади, короткий аналіз).
3. Визначити основні принципи ефективної самопрезентації.

### **Тема 4. Зовнішні та поведінкові компоненти професійного іміджу. Вербальна і невербальна комунікація**

Завдання:

1. Опрацювати матеріал про невербальні засоби комунікації (жести, міміка, поза, дистанція).
2. Провести спостереження за комунікацією (у професійному або публічному середовищі, відеозаписі лекції чи інтерв'ю) та описати, які невербальні засоби використовуються.
3. Зробити короткий висновок про роль невербальної комунікації у формуванні враження.

### **Заняття 5. Цифровий імідж і професійна присутність онлайн**

Завдання:

1. Проаналізувати власні профілі в соціальних мережах з точки зору професійного іміджу.
2. Визначити, які елементи потребують корекції або вдосконалення.
3. Розробити рекомендації для створення або покращення професійного онлайн-профілю.

### **Заняття 6. Професійна етика та культура поведінки**

Завдання:

1. Опрацювати етичний кодекс фахівця своєї галузі (або загальні принципи професійної етики).
2. Навести 3–4 приклади ситуацій, у яких етична поведінка впливає на професійний імідж.
3. Сформулювати власні принципи професійної поведінки (5–7 позицій).

### **Заняття 7. Розробка стратегії формування власного професійного іміджу**

Завдання:

1. Визначити цілі формування власного професійного іміджу на найближчі 1–3 роки.
2. Скласти індивідуальний план дій (конкретні кроки, ресурси, очікувані результати).
3. Підготувати коротку письмову роботу або презентацію «Мій професійний імідж: стратегія розвитку».

## **IV. Політика оцінювання**

### **Політика викладача щодо здобувача освіти**

Відвідування лекційних і практичних занять є бажаним і сприяє якісному засвоєнню навчального матеріалу, оскільки значна частина завдань передбачає обговорення, аналіз кейсів і виконання практичних вправ. У разі пропуску занять здобувач освіти зобов'язаний самостійно опрацювати матеріал і виконати передбачені завдання. Взаємодія між викладачем і здобувачами освіти ґрунтується на принципах взаємної поваги, академічної культури та дотримання норм професійної етики.

### **Політика щодо академічної доброчесності**

Під час виконання письмових робіт, презентацій, індивідуальних і групових завдань здобувачі освіти зобов'язані дотримуватися принципів академічної доброчесності: самостійно виконувати завдання, коректно посилатися на використані джерела, не допускати плагіату, фабрикації або фальсифікації результатів. Роботи, що містять ознаки академічної недоброчесності, можуть бути не зараховані з подальшим повторним виконанням відповідно до встановлених правил у ВНУ імені Лесі Українки.

### **Політика щодо дедлайнів та перескладання**

Завдання для самостійної роботи та інші види навчальної діяльності повинні бути виконані у встановлені терміни. У разі поважних причин, підтверджених документально або погоджених із викладачем, можливе індивідуальне продовження термінів виконання. Перескладання модульного або підсумкового контролю здійснюється відповідно до внутрішніх положень ВНУ імені Лесі Українки та у визначені терміни.

### **Можливість визнання результатів навчання, отриманих у формальній, неформальній та інформальній освіті**

Результати навчання, здобуті в межах інших освітніх програм, курсів, тренінгів, вебінарів або професійної діяльності, можуть бути зараховані за умови їх відповідності компетенціям та результатам навчання дисципліни. Для цього

здобувач освіти подає підтвердні документи (сертифікати, програми курсів, портфоліо виконаних робіт тощо) відповідно до встановленої у ВНУ імені Лесі Українки процедури визнання результатів навчання.

### **Можливість отримати додаткові (бонусні) бали**

Здобувачі освіти можуть отримати додаткові бали за активну участь у навчальному процесі, підготовку додаткових аналітичних матеріалів, участь у наукових або професійних заходах, підготовку презентацій, кейсів або мініпроектів, що відповідають тематиці курсу. Кількість і порядок нарахування додаткових балів визначаються викладачем на початку вивчення дисципліни та не можуть перевищувати меж, установлених нормативними документами ВНУ імені Лесі Українки.

## **V. Підсумковий контроль**

Із вибірових освітніх компонентів форма контролю – залік. Оцінювання знань здобувачів освіти здійснюється під час поточного контролю за результатами виконання тих видів робіт, які передбачені силабусом. У випадку, якщо здобувач освіти не відвідував окремі аудиторні заняття (з поважних причин), на консультаціях він має право відпрацювати пропущені заняття та добрати ту кількість балів, яку було визначено на пропущені теми. У дату складання заліку викладач записує у відомість суму поточних балів, які здобувач освіти набрав під час поточної роботи (шкала від 0 до 100 балів). У випадку, якщо здобувач освіти протягом поточної роботи набрав менше як 60 балів, він складає залік під час ліквідації академічної заборгованості. У цьому випадку бали, набрані під час поточного оцінювання анулюються. Максимальна кількість балів на залік під час ліквідації академічної заборгованості, як правило, 100. У день складання заліку за основною сесією заборонено проводити додаткові опитування здобувача освіти, а також здобувач освіти не має права доздавати будь-який вид робіт, передбачений силабусом освітнього компоненту.

### ***Максимальна кількість балів, яку може отримати студент за види навчальних робіт:***

Практичні заняття: за роботу на одному занятті – до 10 балів (всього – 7 занять x10 балів=70 балів);

Підсумковий заліковий проєкт – 30 балів.

### ***Критерії оцінювання:***

*практичних занять:*

- змістовність, глибина висвітлення проблеми;
- логічна послідовність викладу матеріалу;

- підкріплення викладу конкретними прикладами;
- власна точка зору на проблему;
- засвоєння категоріального апарату;
- опрацювання джерел з теми заняття;
- вміння зробити висновки, узагальнення;
- активна участь в обговоренні та дискусіях.

В оцінці здобувачів враховуються наступні моменти: достатність об'єму відповіді (повна, достатньо повна, неповна); ґрунтовність обізнаності з основними поняттями, принципами, правилами; зрозумілість основного завдання запитання; логічність викладу матеріалу; обґрунтованість основних положень власних міркувань; не традиційність підходу до викладу відповіді; уміння інтегрувати та диференціювати знання.

**«9-10» балів** виставляється здобувачам, які в повному об'ємі володіють програмовим матеріалом з ОК, обізнані з усіма поняттями та термінами і адекватно оперують ними під час відповідей на поставлені запитання, ознайомлені з спеціальною літературою. Для отримання вищого балу студенти повинні продемонструвати творчу самостійність, здатність аналізувати факти, логічно мислити, ставити запитання та шукати на них відповіді. При оцінці враховуються уміння аргументувати власні судження теоретичними та фактичними положеннями, виконання завдань для самостійної роботи.

**«5-8» балів** виставляються також за умов достатньо повного володіння знаннями з ОК. Відповідь здобувача має бути правильною, обґрунтованою зі знаннями основних напрямів і змісту роботи. Здобувач повинен уміти аналітично працювати з різними концепціями, ідеями, підходами до поставлених проблем. Одночасно в роботі може бути допущено дві-три несуттєві помилки чи деяка неповнота відповіді, кострубатість і скутість у висловленій думці. Не в повній мірі виконані завдання для самостійної роботи.

**«2-5» бали** виставляються за знання, що продемонстровані в неповному об'ємі. Завдання для самостійної роботи виконані частково.

**«0-1» бал** - теоретичні і фактичні знання відтворюються репродуктивно, без глибокого осмислення, аналізу, порівняння. Завдання для самостійної роботи не виконані.

### **Завдання на підсумковий заліковий проєкт**

Підсумковий заліковий проєкт є фінальною роботою, яка має продемонструвати здатність здобувачів застосовувати теоретичні знання до розробки власного професійного іміджу.

**Суть завдання:** здобувач освіти розробляє індивідуальний проєкт «**Стратегія формування професійного іміджу**», у якому аналізує власний або умовний професійний імідж і пропонує стратегію його формування або вдосконалення.

Орієнтовна структура проєкту

### 1. Вступ

- мета проєкту;
- коротке обґрунтування актуальності формування професійного іміджу у вибраній сфері діяльності.

### 2. Аналіз вихідної ситуації

- опис професійної ролі або сфери діяльності;
- аналіз вимог до професійного іміджу в цій сфері;
- самоаналіз (або аналіз умовного фахівця): сильні сторони, ресурси, зони розвитку.

### 3. Основні складові професійного іміджу

- комунікаційний стиль;
- поведінкові та етичні аспекти;
- зовнішній образ (у межах професійної доречності);
- цифровий імідж.

### 4. Стратегія формування або вдосконалення іміджу

- цілі (коротко- і середньострокові);
- конкретні кроки та інструменти;
- очікувані результати.

### 5. Висновки

- узагальнення;
- особиста рефлексія щодо процесу роботи.

Форма представлення: презентація (10–15 слайдів) з усним захистом 5–7 хвилин.

Критерії оцінювання залікового проєкту (максимум — 30 балів)

<b>№</b>	<b>Критерій оцінювання</b>	<b>Зміст критерію</b>	<b>Максимальна кількість балів</b>
1	Обґрунтованість глибина аналізу	Розуміння сутності професійного і іміджу, аналіз вимог до іміджу у професійній сфері, самоаналіз або аналіз кейсу, аргументовані висновки	8

№	Критерій оцінювання	Зміст критерію	Максимальна кількість балів
2	Розробка стратегії формування професійного іміджу	Чіткість цілей, реалістичність і конкретність запропонованих заходів, логічність і практична спрямованість стратегії	8
3	Структура, логіка викладу та оформлення роботи	Послідовність і логічність викладу, наявність усіх структурних елементів, грамотність і дотримання вимог до оформлення	6
4	Самостійність, рефлексивність оригінальність висновків	Наявність власних узагальнень, здатність до самоаналізу, самостійність виконання	4
5	Якість презентації та захисту проєкту	Чіткість і логічність виступу, аргументованість відповідей, дотримання регламенту, якість візуального супроводу	4
<b>Разом</b>			<b>30</b>

### Питання до заліку з курсу «Формування професійного іміджу»

1. Поняття іміджу: основні підходи до визначення у психології та соціальних науках.
2. Співвідношення понять «імідж», «репутація» та «особистісний бренд».
3. Структура професійного іміджу та характеристика його основних складових.
4. Соціально-психологічні механізми формування першого враження.
5. Роль професійного іміджу у професійній діяльності та кар'єрному розвитку.
6. Вербальна комунікація як складова професійного іміджу.
7. Невербальна комунікація та її вплив на сприйняття особистості.
8. Самопрезентація: поняття, цілі та основні стратегії.
9. Емоційний інтелект як чинник формування професійного іміджу.
10. Зовнішній вигляд і культура поведінки як елементи професійного іміджу.
11. Професійна етика та її роль у формуванні довіри й репутації.
12. Цифровий імідж: сутність і особливості формування в сучасному медіапросторі.
13. Управління онлайн-репутацією: основні принципи і ризики.
14. Самоаналіз як етап формування професійного іміджу.
15. Методи оцінювання власних професійних ресурсів і компетентностей.
16. Визначення цільової аудиторії та професійного позиціонування.
17. Стратегія формування і розвитку професійного іміджу: основні етапи.

18. Типові помилки у формуванні професійного іміджу.
19. Роль комунікативної культури у створенні позитивного професійного образу.
20. Шляхи підтримки та корекції професійного іміджу впродовж професійної діяльності.

### Шкала оцінювання

Оцінка в балах	Лінгвістична оцінка
90–100	Зараховано
82–89	
75–81	
67–74	
60–66	
0–59	Незараховано (необхідне перескладання)

### VI. Рекомендована література та інтернет-ресурси

1. Вагарта, О., Соловей, В. Психологічні особливості сучасного іміджу фахівців соціономічної сфери. *Psychology Travelogs*. 2024. № 1. С. 248–257. – DOI:10.31891/PT-2024-1-24. ([pt.khmnu.edu.ua](http://pt.khmnu.edu.ua))
2. Калагурка, Х., Засименко, С. Розвиток професійного іміджу вчителя в умовах сучасної школи. *Науковий вісник Ужгородського університету. Серія: «Педагогіка. Соціальна робота»*. 2022. № 50. С. 116–119. DOI:10.24144/2524-0609.2022.50.116-119. ([visnyk-ped.uzhnu.edu.ua](http://visnyk-ped.uzhnu.edu.ua))
3. Курбанова, М. Ш. Формування професійного іміджу майбутнього фахівця освітніх, педагогічних наук у закладах вищої освіти: комунікативний аспект. *Імідж сучасного педагога*. 2024. № 2(215). С. 137–143. DOI:10.33272/2522-9729-2024-2(215)-137-143. ([isp.pano.pl.ua](http://isp.pano.pl.ua))
4. Назарович Навольський, С. Формування структури професійного іміджу маркетолога в умовах сучасної освітньої підготовки. *Педагогічна Академія: наукові записки*. 2024. DOI:10.5281/zenodo.14777412. ([pedagogical-academy.com](http://pedagogical-academy.com))
5. Співак, Я., Плєсканьов, Д., Співак, Л., Чернуха, Н. Особливості формування професійного іміджу майбутніх соціальних працівників. *Гуманізація навчально-виховного процесу*. 2025. DOI:10.31865/2077-1827.1(107)2025.327075. ([gnvp.ddpu.edu.ua](http://gnvp.ddpu.edu.ua))
6. Clark, D. *Reinventing You: Define Your Brand, Imagine Your Future*. New York : HarperBusiness, 2013 (переважно цитований у літературі останніх років). (актуально для особистого брендингу і професійного іміджу) ([Fast Company](http://FastCompany))

7. Osei Bonsu, A., Anim-Wright, K. Personal Branding: A Systematic Literature Review. International Journal of Marketing Studies. 2024. Vol. 16, No. 1. (оглядова стаття з науковим аналізом стратегій особистого бренду і професійної присутності). ([ResearchGate](#))
8. Personal Branding: Unlock Your Authentic Self and Amplify Your Impact / [Електронний ресурс]. 2024. (книга з практичними стратегіями побудови персонального бренду). ([books.google.com](#))
9. Sarkhedi, B., Gandhi, S. Become Someone From No One. 2025 (покроковий путівник із розвитку профільного іміджу й бренду). ([Bhavik Sarkhedi](#))
10. Sordell, A. The Personal Branding Playbook. Нью-Йорк : Independently published, 2025. (практичний посібник із побудови власного професійного бренду) ([Fast Company](#))

#### Освітні онлайн-курси та тренінги

1. Coursera — курси з персонального брендування  
Велика платформа з онлайн-курсами, де можна знайти матеріали з побудови персонального бренду, цифрової присутності та комунікації, часто з безкоштовним доступом до частини контенту або з можливістю пробного періоду. ([Coursera](#))
2. Alison — Personal Branding for Professionals  
Безкоштовний курс (з можливістю отримати сертифікат) з побудови особистого бренду, навичок спілкування, онлайн-репутації та самопрезентації. ([alison.com](#))
3. Canva Design School — Build your personal brand  
Безкоштовний курс із створення візуального образу й контент-стратегії для особистого бренду (дизайн для соцмереж, презентацій тощо). ([Canva](#))
4. LinkedIn Learning — курси з персонального бренду  
Платформа з професійними відео-лекціями про побудову бренду, мережевий нетворкінг, розказ про самопрезентацію; є пробний безкоштовний доступ. ([LinkedIn](#))
5. OpenLearn (Open University) — Personal branding for career success  
Безкоштовний курс, що пояснює концепцію персонального бренду, як його застосувати для кар'єрного зростання та комунікації з роботодавцями. ([The Open University](#))

#### Практичні інтернет-статті та гайди

6. «Як створити та підтримувати особистий бренд?» — Onpage School  
Практичний гайд із порадами про створення професійного іміджу та репутації онлайн. ([Onpage School](#))
7. «Персональний бренд (Personal brand)» — пояснення поняття  
Короткий огляд, що розкриває сутність персонального бренду і як він взаємодіє з професійним іміджем. ([bladerunner.com.ua](#))

8. «Як збудувати особистий бренд за допомогою digital-маркетингу?»  
Стаття з прикладами інструментів цифрових платформ і стратегій для розвитку бренду та іміджу. ([jss.ukma.edu.ua](http://jss.ukma.edu.ua))

Освітні програми та курси

9. Побудова особистого бренду педагога — EdWay  
Практичний курс з акцентом на самопрезентацію, комунікацію та професійний імідж педагогів. ([edway.ua](http://edway.ua))
10. SELF-брендинг — Національний університет «Полтавська політехніка»  
Академічна дисципліна з основами формування персонального бренду та іміджу, з практичними завданнями. ([nupp.edu.ua](http://nupp.edu.ua))