МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ КОРАБЛЕБУДУВАННЯ
імені адмірала Макарова

НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ПЕДАГОГІЧНИЙ ІНСТИТУТ ІМЕНІ В.О. СУХОМЛИНСЬКОГО
(повна назва підрозділу)

КАФЕДРА ДОШКІЛЬНОЇ ОСВІТИ
(повна назва кафедри)

ЗАТВЕРДЖЕНО
Проректор із науково-педагогічної роботи
_____ Сергій Слободян

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Program of the Discipline

Особистий брендбук педагога

PERSONAL BRAND BOOK OF A TEACHER

рівень вищої освіти перший (бакалаврський)

тип дисципліни вибіркова

мова викладання українська

Миколаїв – 2025

Робоча програма навчальної дисципліни «*Особистий брендбук педагога*» є однією із вибіркових дисциплін комплексної підготовки фахівців на першому (бакалаврському) рівні в Національному університеті кораблебудування імені адмірала Макарова.

«03» жовтня 2025 р. 17 с.
Гарант освітньої програми «Дошкільна освіта» *Анжеліка Курчатова*

Розробник: Курчатова Анжеліка Віталіївна, кандидат педагогічних наук, доцент кафедри дошкільної освіти

Проєкт робочої програми навчальної дисципліни *«Особистий брендбук педагога»»* розглянуто на засіданні кафедри дошкільної освіти
Протокол №3 від «08» жовтня 2025 р.
Завідувач кафедри *Олена Трифонова*

Проєкт робочої програми навчальної дисципліни *«Особистий брендбук педагога»* розглянуто Науково-методичною комісією Навчально-наукового педагогічного інституту імені В.О. Сухомлинського
Протокол №1 від «14» жовтня 2025 р.
Голова *Людмила Хрящевська*

Проєкт робочої програми навчальної дисципліни *«Особистий брендбук педагога»* погоджено з навчальним відділом
Начальник відділу *Андрій Лабарткава*

Робочу програму навчальної дисципліни *«Особистий брендбук педагога»* затверджено Навчально-методичною радою НУК
Протокол № 8 від «29»жовтня 2025 р.
Голова НМР НУК *Сергій Слободян*

© НУК, 2025
© Курчатова А.В. 2025

ЗМІСТ

Вступ *4*
1. Опис навчальної дисципліни *5*
2. Мета вивчення навчальної дисципліни *6*
3. Передумови для вивчення дисципліни *6*
4. Очікувані результати навчання *6*
5. Програма навчальної дисципліни *6*
6. Методи навчання. Засоби діагностики результатів навчання та методів їхнього демонстрування *11*
7. Форми поточного та підсумкового контролю *11*
8. Критерії оцінювання результатів навчання *15*
9. Засоби навчання…. *15*
10. Рекомендовані джерела інформації *17*

ВСТУП

Анотація

Освітній компонент«*Особистий брендбук педагога»*» включена до навчальних планів як вибіркова дисципліно з метою реалізації завдання підготовки майбутніх педагогів до творчої педагогічної діяльності.

В умовах сучасних освітніх змін і цифровізації суспільства особистий бренд педагога набуває особливого значення. Сучасний педагог вже не лише передає знання, а й активно формує свій професійний імідж, який впливає на його конкурентоспроможність, можливості професійного зростання та ефективність взаємодії з дітьми, батьками та колегами. Вміння створювати та просувати особистий бренд дозволяє педагогу бути помітним у професійному середовищі, підвищувати авторитетність та довіру до себе як експерта, а також розширювати професійні можливості через соціальні мережі та інші цифрові платформи. Саме тому програма спрямована на розвиток навичок усвідомленого формування особистого бренду, що є актуальним інструментом успішної діяльності сучасного педагога.

Ключові слова: професійний бренд, сучасний педагог, професійний імідж, імідж, іміджелогія, іміджмейкер, суб'єкт іміджу об'єкт іміджу, імідж людини, сприйманий імідж, імідж фірми, імідж товару, діловий імідж, професійний імідж, педагогічний імідж, педагог-тьютор, педагогічна імеджологія.

Abstract

The educational discipline "Personal Brandbook of a Teacher" is included in the curricula as an elective discipline in order to implement the task of preparing future teachers for creative pedagogical activity.

In the conditions of modern educational changes and digitalization of society, the personal brand of a teacher acquires special importance. A modern teacher no longer only transfers knowledge, but also actively forms his professional image, which affects his competitiveness, opportunities for professional growth and the effectiveness of interaction with children, parents and colleagues. The ability to create and promote a personal brand allows a teacher to be noticeable in a professional environment, increase authority and trust in himself as an expert, as well as expand professional opportunities through social networks and other digital platforms. That is why the program is aimed at developing skills for the conscious formation of a personal brand, which is a relevant tool for the successful activities of a modern teacher.

Keywords: professional brand, modern teacher, professional image, image, imageology, image maker, subject of image, object of image, human image, perceived image, company image, product image, business image, professional image, pedagogical image, teacher-tutor, pedagogical imageology.

1. Опис навчальної дисципліни

<table>
<tr><td rowspan="2">Найменування показників</td><td rowspan="2">Галузь знань, спеціальність (освітня програма), освітній рівень</td><td colspan="2">Характеристика навчальної дисципліни</td></tr>
<tr><td>денна форма навчання</td><td>заочна форма навчання</td></tr>
<tr><td>Кількість кредитів – 6</td><td rowspan="3">Усіх галузей знань</td><td colspan="2">Вибіркова</td></tr>
<tr><td>Модулів – 1</td><td colspan="2">Рік підготовки:</td></tr>
<tr><td>Змістових модулів – 6</td><td>3-й</td><td>3-й</td></tr>
<tr><td rowspan="3">Електронний адрес РПНД на сайті Університету</td><td rowspan="8">Усіх спеціальностей</td><td colspan="2">Семестр</td></tr>
<tr><td>5-й</td><td>5-й</td></tr>
<tr><td colspan="2">Лекцій</td></tr>
<tr><td rowspan="2">Індивідуальне науково-дослідне завдання –</td><td>20 год</td><td>12 год</td></tr>
<tr><td colspan="2">Практичні, семінарські</td></tr>
<tr><td rowspan="2">Загальна кількість годин –180</td><td>40 год</td><td>24 год</td></tr>
<tr><td colspan="2">Лабораторні</td></tr>
<tr><td rowspan="5">Тижневих годин для денної форми навчання: аудиторних – 2/1;

самостійної роботи студента – 5/15</td><td rowspan="5">Освітній рівень: перший (бакалаврський)</td><td>0 год</td><td>0 год</td></tr>
<tr><td colspan="2">Самостійна робота</td></tr>
<tr><td>120 год</td><td>144 год</td></tr>
<tr><td colspan="2">Індивідуальні завдання: 0 год.</td></tr>
<tr><td colspan="2">Вид контролю: залік</td></tr>
<tr><td colspan="3">Форма контролю: комбінована</td></tr>
</table>

2. Мета та завдання навчальної дисципліни

Мета курсу: вивчення навчальної дисципліни «*Особистий брендбук педагога*» » є вміння професійно формувати та підтримувати свій імідж.

Знання теоретичних основ побудови персонального бренду забезпечує ефективну взаємодію з клієнтами, інвесторами та іншими учасниками зовнішнього оточення, яке впливає на ефективність бізнесу, фінансову свободу та успішну кар'єру, що і формує мету дисципліни.

Основні завдання в межах мети дисципліни:

- подати базові знання щодо сутності оволодіння навичками побудови Self-брендингу, його структури, ролі у професійній діяльності;
- сформувати розуміння комунікативних процесів в процесі управління персональним брендом;
- пояснити концепцію особистого бренду у системі управління успіхом та кар'єрою;
- навчити технології формування моделі ідентичності персонального бренду;
- навчити просувати персональний бренд через соціальні мережі;
- вміти застосувати отримані знання для практичного використання у конкретній сфері професійної діяльності для створення власного персонального бренду формування у здобувачів вищої освіти – майбутніх маркетологів

– вміти оцінювати власні професійні компетенції та здібності й на основі них вибудовувати стратегію особистого бренду, навички публічних виступів та самопрезентації, комунікативні навички та технології для ведення успішних переговорів, виступів перед аудиторією та іншими стейкхолдерами у процесі просування власного бренду та навички просування в соціальних мережах, як основного інструменту взаємодії з цільовою аудиторією та просування персонального бренду.

Передумови для вивчення дисципліни.

Передумов для вивчення дисципліни: немає.

4. Очікувані результати навчання

Очікувані результати навчання - Вивчення навчальної дисципліни не передбачає формування та розвиток у студентів програмних результатів навчання через належність дисципліни до категорії вибіркових.

Під час опанування матеріалами курсу студенти матимуть можливість оволодіти такими компетенціями: 1); 2); 3).

5. Програма навчальної дисципліни
4-й семестр/5-й семестр /6-й семестр

Модуль 1. Особистий брендбук педагога
Змістовий модуль 1. Персональний бренд
Тема 1. Системний погляд на персональний бренд
1. Персональний бренд, його сутність та класифікація.
2. Концепції персонального бренду.
3. Оцінка персонального бренду.
Література: [1-13].

Тема 2. Формування персонального бренду
1. Основи створення персонального бренду.
2. Алгоритм створення персонального бренду.
3. Візуалізація персонального бренду.

Література: [1-13].

Змістовий модуль 2. Просування персонального бренду

Тема 3. Просування персонального бренду

1. Створення інформаційного поля бренду.

2. Стратегії просування персонального бренду.

3. Світовий досвід успішного персонального бренду.

Література: [1-13].

Змістовий модуль 3. Універсальний імідж

Тема 4. Теоретичні основи формування ділового іміджу

1. *Поняття іміджу та його природа.*

2. Класифікація іміджу. Типи іміджу.

3. Стратегічні цілі іміджу. Імідж як складова сучасного суспільства. Основні відмінності ділового іміджу.

Література: [1-13].

Тема 5. Технологічні основи побудови ділового іміджу

1. Технології побудови ділового іміджу.

2. Структура та зміст іміджу ділової людини.

3. Створення вербального, візуального та кінетичного іміджу ділової людини. Основні елементи ефективного іміджу ділової людини. Техніки створення позитивного візуального образу.

Література: [1-13].

Змістовий модуль 4. Діловий імідж

Тема 6. Особливості управління діловим іміджом

1. Формування ділового іміджу. Специфіка технологій побудови іміджу.

2. Стратегії формування ділового іміджу. Стратегія універсального іміджу. Стратегія цільового іміджу. Стратегія «креативний вибух».

3. Закономірності створення імідж ефекту.

Література: [1-13].

Змістовий модуль 5. Самопрезентація

Тема 7. Самопрезентація як найважливіший елемент культури фахівця

1. *Самопрезентація: основні категорії.*

2 Самопрезентація як спосіб справити бажане враження на оточуючих.

3. Компоненти самопрезентації. Засоби самопрезентації.

4. Ключові мотиви, що лежать в основі процесу самопрезентації. Стратегії самопрезентації.

Література: [1-13].

Змістовий модуль 6. Персональний бренд молодого фахівця

Тема 8. Професійний розвиток персонального бренду молодого фахівця.

1. *LinkedIn Про LinkedIn. Хто «сидить» у LinkedIn? Заповнення особистої сторінки Linkedin. Використання Linkedin для особистого бренду та прямого пошуку роботи. LinkedIn: Advanced search & Boolean Search. Як оминути блокування LinkedIn?. XRay - LinkedIn Search.*

2. Емоційний інтелект та комунікації в процесі колективної адаптації співробітника.

3. Емоційний інтелект як сучасний інструмент побудови успішної кар'єри.

Література: [1-13].

Тематичний план навчальної дисципліни
5-й семестр

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин									
	денна форма					Заочна форма				
	усього	у тому числі				усього	у тому числі			
		Лек	Пр	Лаб	с.р.		лек	пр	лаб	с.р.
1	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**	**8**	**9**	**10**	**11**
Модуль 1. Особистий брендбук педагога										
Змістовий модуль 1. Персональний бренд										
Тема 1. Системний погляд на персональний бренд	15	2	5	–	8	15	1	2	–	12
Тема 2. Формування персонального бренду	15	2	5	–	8	15	1	2	–	12
Разом за змістовим модулем 1	*30*	*4*	*10*	–	*16*	*30*	*2*	*4*	–	*24*
Усього годин	***30***	***4***	***10***	–	***16***	***30***	***2***	***4***	–	***24***
Змістовий модуль 2. Просування персонального бренду										
Тема 3. Просування персонального бренду	30	2	5	–	8	30	2	2	–	26
Разом за змістовим модулем 2	*30*	*2*	*5*	–	*8*	*30*	2	*2*	–	*26*
Усього годин	***30***	***4***	***5***	–	***16***	***30***	***2***	***2***	–	***26***
Змістовий модуль 3. Діловий імідж										
Тема 4. Теоретичні основи формування ділового іміджу	15	2	5	–	8	15	1	2	–	12
Тема 5. Технологічні основ и побудови ділового іміджу	15	2	5	–	8	15	1	2	–	12
Разом за змістовим модулем 3	*30*	*4*	*10*	–	*16*	*30*	*2*	*4*	–	*24*
Усього годин	***30***	***4***	***10***	**–**	***16***	***30***	***2***	***4***	–	***24***
Змістовий модуль 4. Управління діловим іміджом										
Тема 6. Особливості управління діловим іміджом	30	2	5	**–**	23	30	2	4	–	24
Разом за змістовим модулем 4	*30*	*2*	*5*	**–**	*23*	*30*	2	*4*	–	*24*
Усього годин	***30***	***2***	***5***	**–**	***23***	***30***	***2***	***4***	–	***24***
Змістовий модуль 5. Самопрезентація										
Тема 7. Самопрезентація як найважливіший елемент культури фахівця	30	2	5	**–**	23	30	2	4	–	24
Разом за змістовим модулем 5	*30*	*2*	*5*	**–**	*23*	*30*	2	*4*	–	*24*
Усього годин	***30***	***2***	***5***	**–**	***23***	***30***	***2***	***4***	–	***24***
Змістовий модуль 6. Персонального бренд молодого фахівця.										

Тема 8. Професійний розвиток персонального бренду молодого фахівця.	30	6	5	–	23	30	1	4	–	25
Разом за змістовим модулем 6	*30*	*6*	*5*	*–*	*23*	*30*	*1*	*4*	*–*	*25*
Усього годин	***30***	***6***	***5***	***–***	***23***	***30***	***1***	***4***	*–*	***25***
Разом за курсом	***180***	***20***	***40***	***–***	***120***	***150***	***12***	***24***	*–*	***144***

Теми практичних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість Годин	
		Денна форма	Заочна форма
1	Тема 1. Системний погляд на персональний бренд	5	2
2	Тема 2. Формування персонального бренду	5	2
3	Тема 3. Просування персонального бренду	5	2
4	Тема 4. Теоретичні основи формування ділового іміджу	5	2
5	Тема 5. Технологічні основ и побудови ділового іміджу	5	2
6	Тема 6. Особливості управління діловим іміджом	5	4
7	Тема 7. Самопрезентація як найважливіший елемент культури фахівця	5	4
8	Тема 8. Професійний розвиток персонального бренду молодого фахівця	5	*4*
	Разом	*40*	*24*

Самостійна робота

Розподіл годин самостійної роботи для студентів денної форми навчання:

- підготовка доповідей по відповідних питаннях (тези, есе):
  - тези: Види брендингу, Характеристики бренду, Переваги брендингу – важливість брендингу, Уроки брендингу, які роблять бренд сильним; Кольори бренду – типи, значення та інструменти; логотип бренду, дизайн бренду; процес дизайну бренду – важливість, приклади та процес;
  - есе на теми: Сучасних трендів у керівництві по стилю бренду, іміджу бренду та його значенні для організації, створенні посібнику по стилю бренду та що таке торгова марка; – 20 ***год/20 год***;
- Презентації результатів виконаної індивідуальної роботи студента (завдань і досліджень):
  - презентації ескізів, макетів, логотипів, банерів, рекламних листівок, вебсторінок;
  - презентації результатів аналізу рекламних кампаній конкурентів;
  - презентації досліджень з використання певних інструментів або технік дизайну;
  - визначення рівня репутації та індекс бренду, використовуючи доступні джерела даних, такі як рейтинги брендів та опитування споживачів; –10 ***год/ 25 год.;***
- Розв'язування практичних ситуаційних завдань (кейси): - проведення аналізу та оцінки топових світових брендів у відповідності з індексом бренду, репутацією, стратегіями маркетингу та інноваційним підходом. Аналіз світових брендів - це завдання, яке може допомогти зрозуміти тенденції ринку та успішні стратегії; - розробка візуальної концепції для конкретного бренду; - розробка особистого бренд-кіту, що представлятиме вас як професіонала в обраній сфері, комплект повинен містити наступні елементи: створення логотипу, створення елегантної та професійної електронної візитівки, створення цифрового портфоліо в якому представлені найкращі роботи, досягнення та проекти; - створення рекламного макету для певного продукту або послуги з урахуванням заданої цільової аудиторії та бюджету;» –10 ***год/25 год;***
- Практичні завдання (створення дизайн-продуктів): - створення логотипу та фірмового стилю; - аналіз особистих цінностей та ідентичності, а також розробка особистого бренду; - представлення результатів та поширення своїми висновками та ідеями про свій особистий бренд у вигляді презентації; – 40 ***год/25 год..***
- Рецензування робіт одногрупників: - взаємне оцінювання робіт студентами за заданими критеріями, що сприяє розвитку критичного мислення та професійного бачення – 20 ***год/44 год.***
- Практичні кроки для розвитку особистого бренду, що ви для цього зробити ТУТ І ЗАРАЗ - **20 год/24 год.**

Завдання для самостійної роботи

№ з/п	Вид роботи	Кількість Годин	
		Денна форма	Заочна форма
1	Підготовка доповідей по відповідних питаннях (тези, есе):	20	20
2	Презентації результатів виконаної індивідуальної роботи студента (завдань і досліджень):	10	25
3	Розв'язування практичних ситуаційних завдань (кейси):	10	25
4.	Практичні завдання (створення дизайн-продуктів):	20	25
5	Рецензування робіт одногрупників:	20	25
6	Практичні кроки для розвитку особистого бренду, що ви для цього зробити ТУТ І ЗАРАЗ	20	24
	Разом	120	144

Обов'язкова складова СРС:
Самостійна робота передбачає виконання наскрізного проєкту, який полягає у створенні та презентації власного бренду за наступним алгоритмом:
1.Мета створення бренду.
2.Цільова аудиторія.
3.SWOT-аналіз власної особи.
4.Упаковка особистого бренду.
5.Стратегії просування та основні інструменти.
Кожен студент виконує роботу індивідуально.

Вибіркова складова СРС (виконання завдань, які студент обирає з метою підвищення свого професійного рівня особистого рейтингу згідно ї п. 6.16 Положення):
Створення особистого бренду на основі аналізу особистих цінностей та ідентичності.
Створити лендінг на основі події. Користуйтесь порадами від командами «Будуй своє».
Ознайомтесь зі списком корисних посилань та опрацюйте фотографії, які ви будете використовувати у своєму лендінгу.
Платформи для створення лендінгу:
https://wix.com/
https://lpg.tf/ tilda.cc borstch.com bazium.com/
https://creatium.io
https://tobiz.net/
Список корисних програм та характеристика:
• Crello – графічний редактор від Depositphotos, створений для маркетологів, SMMфахівців, блогерів, підприємців і всіх, хто шукає рішення для реалізації своїх творчих проектів. Можливості Crello дозволяють створювати цікаві зображення для соціальних мереж, рекламні банери, плакати, шапки електронних листів та інші популярні формати. Редактор відрізняється простотою у використанні, тому, приклавши мінімум зусиль, з ним можуть впоратися навіть новачки.
• Pablo by Buffer – інструмент для тих, у кого немає часу розбиратися зі складними редакторами. Дозволяє швидко оформити пости в соціальних мережах, прикрасити їх різними фотоефектами і написами. Комбінуючи фотографії з текстом, за допомогою Pablo можна створювати нескладні пости-цитати.

• Fotor.com – відмінний сервіс для онлайн-редагування фотографій. Його розробники пропонують традиційний набір функцій для обробки і дизайну фото, а також безліч шаблонів для оформлення постів у соціальних мережах.

• Adobe Spark – крім зображень для соціальних мереж або статей, Adobe Spark ще дозволяє верстати веб-сторінки і створювати відео (листівки, презентації, уроки). Використовуючи різні онлайн-сервіси, можна не вникати в особливості роботи таких досить складних програм, як Photoshop. Підібравши відповідний інструмент, за лічені хвилини ви можете отримати ефектний контент, який приверне увагу вашої цільової аудиторії.

5. Методи навчання. Засоби діагностики результатів навчання та методів їхнього демонстрування

Методи навчання:

1) на лекційних заняттях:

Словесні методи: інтерактивні лекції (проблемні лекції, лекції-дискусії, лекції-презентації, лекції-демонстрації з використанням мультимедійного обладнання), навчальна дискусія, пояснення, розповідь, майстер-клас;

2) на практичних заняттях:

Практичні методи: практичні заняття, навчальні дискусії, робота в групах, робота в парах, мозкова атака. Наочні методи: методи спостереження, ілюстрації, демонстрації; Робота з навчально-методичною літературою: анотування, рецензування, аналіз; Відеометод у сполученні з новітніми інформаційними технологіями та комп'ютерними засобами навчання: дистанційні, мультимедійні тощо; Самостійна робота: індивідуальна робота, складання кросвордів, ; формулювання власних визначень понять педагогічної іміджелогії.

Засоби оцінювання та методи демонстрування результатів навчання:

- усні відповіді (практичні заняття);
- проєктні (самостійні) роботи;
- контрольна робота.

7. Форми контролю результатів навчальної діяльності студентів та їхнє оцінювання

Досягнення студента оцінюються за 100-бальною системою Університету.

Підсумкова оцінка навчального курсу містить оцінки з поточного контролю та оцінки підсумкового контролю. В кожного компонента своя частка в загальній системі оцінок, де студент може набрати від 60 балів до 100 балів. Під компонентом проміжних оцінок розуміються поточні оцінки протягом семестру.

Підсумкова оцінка навчального курсу є сумою проміжних оцінок (усна відповідь, проєктні (самостійні роботи), контрольна робота (максимально 100 балів) й оцінки за контрольну роботу (максимально 10 балів).

Поточний контроль проводиться на кожному практичному занятті та за результатами виконання завдань самостійної роботи. Він передбачає оцінювання теоретичної підготовки здобувачів вищої освіти із зазначеної теми (у тому числі самостійно опрацьованого матеріалу) під час роботи на заняттях та набутих практичних навичок під час виконання завдань практичних і проєктних самостійних робіт, а також презентації результатів виконаних завдань та досліджень.

Зарахування кредитів навчального курсу можливо тільки лише досягнення результатів, запланованих РПНД, що виражається в одній із позитивних оцінок, передбачених чинним законодавством.

Усні відповіді на практичних заняттях	Критерії оцінювання
1	Відповідь правильна, повна, логічна, містить аналіз, систематизацію, узагальнення, містить аргументовані висновки з доречним ілюстративним матеріалом, може підкріплюватися коректними цитуваннями думок / поглядів учених.
0,5	Відповідь в цілому правильна, доволі повна, логічна; допущені несуттєві помилки та неточності у викладенні матеріалу.
0,3	Відповідь частково правильна, містить неточності, недостатньо обґрунтована з використанням неправильної / некоректної термінології.
0,2	Відповідь частково правильна, містить неточності, проте не містить жодних аргументів та ілюстративного матеріалу.
0	Здобувач вищої освіти не дає відповіді чи його відповідь містить значну кількість суттєвих помилок, не обґрунтована.
	Максимальна оцінка студента за цей компонент програми (40 відповідей по 1 балу ДФН, 24 відповіді по 1 балу ЗФН).

Самостійна (проєктна) робота	Критерії оцінювання
6	Оформлення проєкту відповідає вимогам, викладений матеріал повністю розкриває тему, студент вільно володіє викладеним матеріалом
5	Оформлення проєкту відповідає вимогам, викладений матеріал розкриває тему, студент добре (з незначними неточностями) володіє викладеними матеріалом
4	Оформлення проєкту відповідає вимогам, обраний матеріал недостатньо розкриває обрану тему, студент достатньо володіє викладеним матеріалом
3	Оформлення відповідає вимогам, обраний матеріал не розкриває тему, студент не володіє викладеним матеріалом
2-1	Здобувач вищої освіти виконує роботу з методичної допомоги викладача на кожному етапі оформлення проєкту
0	Здобувач вищої освіти не виконує роботи.
	Максимальна оцінка студента за цей компонент програми 30 балів (6 робіт по 5 балів ДФН, ЗФН).

Контрольна робота	Критерії оцінювання
ДФН 30-25 ЗФН 46-40	Здобувач вищої освіти виявляє особливі творчі здібності, глибокі знання навчального матеріалу, що міститься в основних і додаткових рекомендованих літературних джерелах; вміє аналізувати явища, які вивчаються, у їх взаємозв'язку і розвитку; застосовувати теоретичні положення при розв'язанні практичних задач; володіє вмінням надавати чітку аргументовану відповідь на поставленні питання
ДФН 24-20 ЗФН 39-30	Здобувач вищої освіти вільно володіє вивченим обсягом матеріалу, застосовує його на практиці, вільно розв'язує вправи, надає лаконічну відповідь майже на всі поставленні питання; самостійно виправляє допущені помилки, кількість яких незначна

ДФН 19-10 ЗФН 29-20	Здобувач вищої освіти вміє оперувати необхідним колом понять та категорій; узагальнювати та систематизовувати інформацію під керівництвом викладача; в цілому самостійно застосовувати її на практиці; контролювати власну діяльність; виправляти помилки, серед яких є суттєві
ДФН 9-5 ЗФН 19-10	Здобувач вищої освіти відтворює значну частину теоретичного матеріалу, виявляє знання і розуміння основних положень, слабке їх застосування при розв'язанні практичних завдань; аналізує навчальний матеріал за допомогою викладача, надає мало аргументовані письмові відповіді, виправляє не всі помилки, значна кількість яких є суттєвими.
ДФН 4–1 ЗФН 9-1	Здобувач вищої освіти володіє навчальним матеріалом на рівні вищому за початковий, проте має фрагментарне уявлення про деякі поняття та категорії курсу; надає неповне висвітлення змісту питань; має недостатнє вміння зробити аргументовані висновки; письмові відповіді містять значну кількість недоліків і помилок.
0	Робота не виконувалася.
	Максимальна оцінка студента за цей компонент програми (для ДФН 30 балів для ЗФН 46 балів)

Форма контролю	**Максимальна кількість балів**	
	Денна форма	**Заочна форма**
Практичні заняття	40х1 бали = 40 балів	24х1 бали = 24 балів
Самостійна (проєктна) робота	6х5 бали = 30 балів	6х5 бали = 30 балів
Контрольна (письмова) робота	1х30 балів= 10 балів	1х46 бали = 46 бали
Всього	**100**	**100**

8. Критерії оцінювання результатів навчання

		Денне відділення		Заочне відділення	
		Вид роботи	Кількість балів	Вид роботи	Кількість балів
ЗМ 1	Т1	Відповідь на практичному занятті	5	Відповідь на практичному занятті	2
	Т2	Відповідь на практичному занятті	5	Відповідь на практичному занятті	2
		Самостійна (проєктна) робота	5	Самостійна (проєктна) робота	5
ЗМ 2	Т1	Відповідь на практичному занятті	5	Відповідь на практичному занятті	2
		Самостійна (проєктна) робота	5	Самостійна (проєктна) робота	5
ЗМ 3	Т1	Відповідь на практичному занятті	5	Відповідь на практичному занятті	2
	Т2	Відповідь на практичному занятті	5	Відповідь на практичному занятті	2
		Самостійна (проєктна) робота	5	Самостійна (проєктна) робота	5
ЗМ 4	Т1	Відповідь на практичному занятті	5	Відповідь на практичному занятті	4
		Самостійна (проєктна) робота	5	Самостійна (проєктна) робота	5
ЗМ 5	Т1	Відповідь на практичному занятті	5	Відповідь на практичному занятті	4
		Самостійна (проєктна) робота	5	Самостійна (проєктна) робота	5
ЗМ6	Т1	Відповідь на практичному занятті	5	Відповідь на практичному занятті	4
		Самостійна (проєктна) робота	5	Самостійна (проєктна) робота	5
Контрольна робота		Контрольна робота	30	Контрольна робота	46
Підсумковий контроль		Залік		Залік	
Сума			100		100

9. Засоби навчання

Наочним матеріалом для лекційних занять послужать передусім мультимедійні засоби (комп'ютерні презентації); відеоматеріали (навчальні кінофільми, а також інтерв'ю, виступи тощо як фактографічний матеріал).

На практичних заняттях прислужиться бібліотечних фонд Університету та електронні репозитарії світу.

Під час виконання завдань самостійної роботи доцільним стане використання бібліотечного фонду та енциклопедій, словників, довідників.

10. Рекомендовані джерела інформації

Основна література:

1. Галицька Е., Донкоглова Н. Імідж ділової людини та чинники впливу на його формування. *Наукові записки НаУКМА*. 2011. Т. 1. С. 12–16.

2. Горовенко О. А. Формування особистісно-професійного іміджу вчителя засобами самопрезентації. Харків : Вид. група «Основа», 2013. 112 с.

3. Грейліх О. Психологія формування іміджу викладача вищого навчального закладу. *Гуманітарний вісник Державного вищого навчального закладу «Переяслав-Хмельницький державний педагогічний університет імені Григорія Сковороди».* Переяслав-Хмельницький, 2010. Вип. 19. С. 294–299.

4. Гузій Н. Педагогічний професіоналізм: історико-методологічні та теоретичні аспекти : монографія. Київ : НПУ імені М. П. Драгоманова, 2004. 243 с.

5. Довга Т. Імідж особистості як необхідна умова професійного становлення педагога. Теоретико-методичні проблеми виховання дітей та учнівської молоді. 2010. Вип. 14. Кн. 1. С. 66–75.

6. Довга Т. Я. Імідж сучасного вчителя: навч.-мет. посіб. Кіровоград : ПП «Ексклюзив-Систем», 2015. Вид. 2-ге, перероб. і доп. 146 с.

7. Довга Т. Я., Рацул А. Б. Педагогічний імідж. Педагогіка: інформативний виклад : навч. посібн. Київ : Видавничий Дім «Слово», 2016. С. 266–294.

8. Мармаза О. Імідж як спосіб професійної соціалізації керівника навчального закладу. Педагогіка формування творчої особистості у вищій і загальноосвітній школах. 2013. Вип. 33. С. 263–269.

9. Межерицька О. Впровадження іміджології як компонента навчального процесу у вищих закладах освіти. Теорія і методика управління освітою. URL : http://umo.edu.ua/images/content/nashi_vydanya/metod_upr_osvit/v_3/20.pdf

10. Олексенко В. Формування професійного іміджу сучасного вчителя. *Проблеми освіти*. 2015. Вип. 84. С. 258–263.

11. Світлана Ройз. Ресурсна скриня. Сайт Нова українська школа. URL : https://resursna-skrynia.nus.org.ua/resursna-skrinya/

12. Скорик Ю. Імідж педагога як формуючий чинник стійкості до професійного вигорання майбутніх викладачів вищої школи. Вісник Житомирського державного університету ім. Івана Франка. 2014. Вип. 4. С. 144–147.

13. Чепелєва Н. В. Самопроектування особистості у дискурсивному просторі : монографія / Н. В. Чепелєва, М. Л. Смульсон, О. В. Зазимко, С. Ю. Гуцол [та ін.]. К. : Педагогічна думка, 2016. 232 с. URL : https://lib.iitta.gov.ua/704560/1/mono16_4_f.pdf

Інформаційні ресурси

1. Відеолекції порталу «Всеосвіта» https://vseosvita.ua/webinar

2.Платформа масових відкритих онлайн-курсів «Prometheus» : https://courses.prometheus.org.ua/

3. Інтернет-портал, створений для підтримки роботи вчителів за Концепцією Нової української школи : http://nus.org.ua/

4.Освітній проєкт «На урок» : https://naurok.com.ua/journal

5. Офіційний веб-сайт Міністерства освіти і науки України : https://mon.gov.ua/ua

6. Про вищу освіту : Закон України від 01.07.2014 р. № 1556-VII. Законодавство України. URL: http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/1556-18

7. Про освіту : Закон України від 05.09.2017 р. № 2145-VIII. Законодавство України. URL : http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/1060-12

8.Студія онлайн-освіти : https://courses.ed-era.com/

9. Бренд вчителя – один з елементів сучасності. URL: https://vseosvita.ua/webinar/brend-vcitela-odin-z-elementiv-sucasnosti-317.html

10. Мобільність педагога як запорука ресурсного стану протягом навчального року. URL : https://www.youtube.com/watch?v=gN57X-uE-fY

11. Особистий бренд педагога. Онлайн-курс: створення і стратегія просування. URL : https://cutt.ly/QG0ndGN
12. Розвиток особистого бренду вчителя: можливості та ресурси. URL : https://www.youtube.com/live/nIDdgrp5IXM?feature=share (дата звернення: 28.08.2023).
13. Я-корпорація: як сформувати особистий бренд вчителя. URL : https://youtube.com/watch?v=45JL9XOvCFo&feature=share

Дистанційні курси: Дистанційний курс у середовищі Moodle НУК.