

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КАРПАТСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ВАСИЛЯ СТЕФАНІКА**



СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

ІМІДЖЕЛОГІЯ

Освітня програма «Бізнес-адміністрування»

Спеціальність **D3 «Менеджмент»**
Галузь знань **D Бізнес, адміністрування та право**

Затверджено на засіданні кафедри
менеджменту та бізнес-адміністрування
Протокол № 5 від «25» листопада 2025 р.

Івано-Франківськ, 2025

ЗМІСТ

1. Загальна інформація	3
2. Опис дисципліни	3
3. Структура дисципліни	4
4. Теми практичних занять	6
5. Самостійна робота здобувачів освіти	6
6. Індивідуальне завдання	6
7. Методи навчання	7
8. Система оцінювання дисципліни	8
9. Неформальна та інформальна освіта	11
10. Інформація про підвищення кваліфікації викладачів	11
11. Контактна інформація	12
12. Політика навчальної дисципліни	12
13. Ресурсне забезпечення	14

1. Загальна інформація

Назва дисципліни	Іміджологія	
Освітня програма	Бізнес-адміністрування	
Спеціалізація (за наявності)		
Спеціальність	D3 «Менеджмент»	
Галузь знань	D Бізнес, адміністрування та право	
Освітній рівень	Бакалавр	
Статус дисципліни	Вибіркова	
Курс / семестр	2 / 1	
Розподіл за видами занять та годинами навчання	Денна форма навчання: лекції – 10 год. практичні заняття – 20 год. самостійна робота – 60 год.	Заочна форма навчання: лекції – 4 год. практичні заняття – 6 год. самостійна робота – 80 год.
Мова викладання	українська	
Посилання на сайт дистанційного навчання	https://d-learn.pnu.edu.ua/	

2. Опис дисципліни

Мета та цілі дисципліни

Метою вивчення дисципліни «Іміджологія» є формування у здобувачів освіти системного розуміння закономірностей формування, позиціонування та управління іміджем особистості й організації як стратегічного ресурсу конкурентоспроможності, а також набуття практичних навичок застосування інструментів імідж-менеджменту в системі управління бізнесом в умовах сучасних викликів, цифровізації та міжнародного середовища. Дисципліна спрямована на інтеграцію знань із менеджменту, комунікацій, психології та поведінкових наук для формування здатності ефективно управляти сприйняттям організації різними групами стейкхолдерів, вибудовувати довгострокові відносини довіри та забезпечувати репутаційну стійкість бізнесу.

У результаті вивчення дисципліни здобувачі освіти повинні:

- засвоїти теоретичні основи іміджології, еволюцію підходів до розуміння іміджу та його місце в системі стратегічного управління організацією;
- розуміти взаємозв'язок іміджу, репутації, бренду та корпоративної культури в контексті забезпечення конкурентоспроможності й сталого розвитку бізнесу;
- вміти здійснювати комплексний аналіз іміджу організації, визначати чинники впливу зовнішнього та внутрішнього середовища, ідентифікувати репутаційні ризики;
- розробляти та обґрунтовувати управлінські рішення щодо формування, підтримки та коригування іміджу організації й особистого іміджу керівника;
- опанувати сучасні інструменти імідж-менеджменту, публічних комунікацій і цифрової взаємодії зі стейкхолдерами;
- формувати навички стратегічного мислення, креативності та лідерської поведінки в процесі реалізації іміджевих стратегій.

Таким чином, дисципліна «Іміджологія» формує у здобувачів освіти цілісне бачення іміджу як стратегічного нематеріального активу особистості керівника та організації, що безпосередньо впливає на конкурентоспроможність, довіру стейкхолдерів і сталість розвитку бізнесу. Її опанування забезпечує інтеграцію комунікаційних, управлінських і психологічних інструментів у систему сучасного менеджменту, сприяє розвитку лідерських якостей, стратегічного мислення та здатності приймати обґрунтовані рішення в умовах невизначеності та міжнародного бізнес-середовища.

Компетентності	
<p>Інтегральна компетентність: Здатність розв'язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми, які характеризуються комплексністю і невизначеністю умов, у сфері менеджменту або у процесі навчання, що передбачає застосування теорій та методів соціальних та поведінкових наук.</p> <p>Загальні компетентності: ЗК3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу, синтезу. ЗК4. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях. ЗК8. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій. ЗК12. Здатність генерувати нові ідеї (креативність). ЗК15. Здатність діяти на основі етичних міркувань (мотивів).</p> <p>Спеціальні (фахові, предметні) компетентності: СК7. Здатність обирати та використовувати сучасний інструментарій менеджменту. СК9. Здатність працювати в команді та налагоджувати міжособистісну взаємодію при вирішенні професійних завдань. СК11. Здатність створювати та організовувати ефективні комунікації в процесі управління. СК14. Розуміти принципи психології та використовувати їх у професійній діяльності. СК15. Здатність формувати та демонструвати лідерські якості та поведінкові навички.</p>	
Програмні результати навчання	
<p>Результати навчання: РН3. Демонструвати знання теорій, методів і функцій менеджменту, сучасних концепцій лідерства. РН4. Демонструвати навички виявлення проблем та обґрунтування управлінських рішень. РН6. Виявляти навички пошуку, збирання та аналізу інформації для обґрунтування управлінських рішень. РН9. Демонструвати навички взаємодії, лідерства, командної роботи. РН11. Демонструвати навички аналізу ситуації та здійснення комунікації у різних сферах діяльності організації. РН15. Демонструвати здатність діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних міркувань, повагу до різноманітності та міжкультурності.</p>	

3. Структура дисципліни

№	Тема	Результати навчання	Завдання
1	Тема 1. Іміджелогія як науково-прикладна дисципліна.	<ul style="list-style-type: none"> - знають сутність поняття «імідж», його структуру та функції; - розуміють співвідношення категорій «імідж», «репутація», «бренд»; - здатні пояснювати роль іміджу в системі сучасного менеджменту. 	<ul style="list-style-type: none"> • тестові завдання на визначення складових іміджу; • аналіз прикладів формування іміджу відомих компаній; • дискусія «Чи є імідж стратегічним активом організації?».
2	Тема 2. Імідж організації в системі стратегічного управління.	<ul style="list-style-type: none"> - знають чинники формування іміджу організації; - розуміють вплив зовнішнього та внутрішнього середовища на імідж; 	<ul style="list-style-type: none"> • SWOT-аналіз іміджу конкретної організації; • розбір кейсу щодо формування корпоративної ідентичності;

		- здатні обґрунтовувати зв'язок іміджу з конкурентоспроможністю підприємства.	• підготовка міні-презентації іміджевої стратегії підприємства.
3	Тема 3. Персональний імідж керівника та лідерство.	- знають структуру персонального іміджу керівника; - розуміють взаємозв'язок лідерства, авторитету та довіри; - здатні аналізувати вплив стилю керівництва на імідж організації.	• самоаналіз складових персонального іміджу; • моделювання управлінських ситуацій; • дискусія «Чи може професіоналізм компенсувати слабкий імідж керівника?».
4	Тема 4. Комунікації як інструмент формування іміджу.	- знають види та інструменти стратегічних комунікацій; - розуміють принципи побудови ефективних публічних повідомлень; - здатні здійснювати аналіз комунікаційної ситуації.	• розроблення комунікаційного повідомлення для різних цільових аудиторій; • аналіз прикладу кризової комунікації; • вправи з підготовки короткого публічного виступу.
5	Тема 5. Управління іміджем у міжнародному та інноваційному бізнес-середовищі.	- знають особливості формування іміджу в міжнародному контексті; - розуміють вплив культурних чинників на сприйняття організації; - здатні пропонувати рішення щодо підтримки іміджу в умовах змін і криз.	• порівняльний аналіз іміджевих стратегій компаній у різних країнах; • розроблення антикризового іміджевого плану; • обговорення кейсу «Імідж компанії в умовах цифрової трансформації».

4. Теми практичних занять

№	Назва теми	Кількість годин
1	Тема 1. Іміджологія як науково-прикладна дисципліна: Аналіз складових іміджу організації: кейс-діагностика.	2
2	Тема 2. Іміджологія як науково-прикладна дисципліна: Порівняльний аналіз іміджу, бренду та репутації.	2
3	Тема 3. Імідж організації в системі стратегічного управління: SWOT-аналіз іміджу організації.	2
4	Тема 4. Імідж організації в системі стратегічного управління: Розроблення іміджевої стратегії підприємства.	2
5	Тема 5. Персональний імідж керівника та лідерство: Самоаудит персонального іміджу керівника.	2
6	Тема 6. Персональний імідж керівника та лідерство: Лідерська поведінка та довіра в команді.	2
7	Тема 7. Комунікації як інструмент формування іміджу: Розроблення комунікаційного повідомлення для різних стейкхолдерів.	2
8	Тема 8. Комунікації як інструмент формування іміджу: Аналіз кризової комунікації: практичний кейс.	2
9	Тема 9. Управління іміджем у міжнародному та інноваційному бізнес-середовищі: Міжкультурні особливості формування іміджу	2

	компанії.	
10	Тема 10. Управління іміджем у міжнародному та інноваційному бізнес-середовищі: Розроблення антикризового іміджевого плану.	2
	Разом	20

5. Самостійна робота здобувачів освіти

Самостійна робота студентів при вивченні дисципліни «Іміджологія» складається з таких видів робіт:

- підготовка до аудиторних занять (лекцій, практичних занять);
- самостійне поглиблене опрацювання тем навчальної дисципліни згідно з навчально-тематичним планом та проходження тестування за результатами опрацювання;
- підготовка індивідуального проєкту.

№	Назва теми	Кількість годин
1	Тема 1. Іміджологія як науково-прикладна дисципліна: Аналіз складових іміджу організації: кейс-діагностика.	6
2	Тема 2. Іміджологія як науково-прикладна дисципліна: Порівняльний аналіз іміджу, бренду та репутації.	6
3	Тема 3. Імідж організації в системі стратегічного управління: SWOT-аналіз іміджу організації.	6
4	Тема 4. Імідж організації в системі стратегічного управління: Розроблення іміджевої стратегії підприємства.	6
5	Тема 5. Персональний імідж керівника та лідерство: Самоаудит персонального іміджу керівника.	6
6	Тема 6. Персональний імідж керівника та лідерство: Лідерська поведінка та довіра в команді.	6
7	Тема 7. Комунікації як інструмент формування іміджу: Розроблення комунікаційного повідомлення для різних стейкхолдерів.	6
8	Тема 8. Комунікації як інструмент формування іміджу: Аналіз кризової комунікації: практичний кейс.	6
9	Тема 9. Управління іміджем у міжнародному та інноваційному бізнес-середовищі: Міжкультурні особливості формування іміджу компанії.	6
10	Тема 10. Управління іміджем у міжнародному та інноваційному бізнес-середовищі: Розроблення антикризового іміджевого плану.	6
	Разом	60

6. Індивідуальне завдання

(виконується в межах самостійної роботи)

Вивчення дисципліни «Іміджологія» передбачає обов'язкову підготовку індивідуального проєкту на тему «Моє професійне представлення сьогодні: формування власного іміджу». Метою виконання завдання є формування у студента здатності свідомо аналізувати та конструювати власний професійний імідж, чітко позиціонувати себе в професійному середовищі та ефективно презентувати свої компетентності з урахуванням цільової аудиторії. Завдання спрямоване на розвиток навичок саморефлексії, структурованої комунікації, лідерської самопрезентації та управління враженням як складника професійної діяльності менеджера.

Завдання передбачає:

- короткий письмовий аналіз власного професійного іміджу (сильні сторони, досвід, стиль роботи);
- підготовку «усного резюме» (2-3 хв.);
- розроблення двох варіантів самопрезентації: для роботодавця та для команди;
- запис відеопрезентації (2-3 хв.);
- коротку рефлексію щодо шляхів удосконалення власного професійного іміджу.

Оцінюється чіткість професійного позиціонування, здатність адаптувати комунікацію до аудиторії, логічність подачі, рівень саморефлексії та відповідність іміджу обраній професійній ролі.

Детальні вимоги до виконання індивідуального проекту, критерії оцінювання та розподіл балів визначені на сторінці курсу в системі дистанційного навчання.

7. Методи навчання

За характером пізнавальної діяльності, при вивченні дисципліни «Антикризовий менеджмент» використовуються такі методи навчання:

Методи навчання	Характеристика
Наочні методи навчання	Ґрунтуються на візуальному сприйнятті інформації (читання лекцій та підготовка практичних завдань із використанням мультимедійних презентацій, демонстрація тематичних відеороликів).
Інтерактивні методи навчання	Ґрунтуються на принципі зворотного зв'язку, коли здобувач освіти отримує відповіді, зауваження та поради щодо певної проблематики від викладача чи одногрупників; коли здобувачі освіти взаємодіють між собою, а викладач виступає координатором та наставником, а також стежить за дотриманням навчальних та етичних норм. Серед інтерактивних методів навчання використовуються: відповіді на запитання та опитування думок здобувачів освіти, кейс-стаді, дискусії, мозковий штурм, ігровий метод.
Практичні методи навчання	Передбачають виконання практичних завдань. Серед практичних методів навчання використовуються практичні роботи, вправи, написання есе.
Інноваційні методи навчання	Поєднують інтерактивні та комп'ютерні технології. Серед інноваційних методів навчання використовуються: компетентнісний метод (спрямований на розвиток професійних навичок, вмінь та якостей здобувачів освіти), проектно-дослідницький метод (спрямований на вирішення проблемного питання через розвиток пошукових та аналітичних якостей здобувачів освіти, а також навичок командної роботи), використання інформаційно-комунікаційних технологій та діджитал-інструментів. Програми і сервіси, які використовуються: сервіси та програмні продукти від Microsoft, інструменти Google, графічні редактори Crello та Canva, хмарне презентаційне програмне забезпечення Prezi, конструктор лендінгових сторінок of.ua, Diagrams.net, Kahoot, Mentimeter, QR Генератор, Cutt.ly.
Методи дистанційного навчання	Ґрунтуються на використанні інформаційних технологій, у т.ч. університетської авторської системи дистанційного навчання, платформ для організації відеоконференцій: Zoom Video Communications, Google Meet, Cisco Webex.

8. Система оцінювання дисципліни

Поточний контроль проводиться на кожному практичному занятті за виступ та виконання письмового завдання студентом. Передбачає оцінювання теоретичної підготовки здобувачів вищої освіти із зазначеної теми під час роботи на практичних заняттях та набутих професійних навичок під час виконання практичних завдань.

Оцінювання відповідей здобувачів освіти на практичних заняттях відбувається згідно навчального розкладу за 100-бальною шкалою. Вага оцінки за кожен вид навчальної роботи та відповідну тему відображена у таблиці. Максимальна кількість балів, яку здобувач освіти може отримати за виконання завдань на практичних заняттях, складає 35 балів.

Накопичування балів під час вивчення дисципліни

№ теми	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Разом
Вид навчальної роботи											
Практичне заняття (опрацювання завдання)	2	2	3	3	3	3	3	2	2	2	25
Самостійна робота (тестування з теми)	2	2	3	3	3	3	3	2	2	2	25
Самостійна робота (проект)											50
Максимальна кількість балів											100

Критерії поточного оцінювання:

«90-100 балів» – здобувач вищої освіти в повному обсязі володіє навчальним матеріалом, вільно самостійно та аргументовано його викладає під час усних виступів та письмових відповідей (у т. ч. у вигляді мультимедійних презентацій), глибоко та всебічно розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, використовуючи при цьому обов'язкову та додаткову літературу.

«70-89 балів» – здобувач вищої освіти достатньо повно володіє навчальним матеріалом, обґрунтовано його викладає під час усних виступів та письмових відповідей (у т. ч. у вигляді мультимедійних презентацій), в основному розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, використовуючи при цьому обов'язкову літературу. Але при викладанні деяких питань не вистачає достатньої глибини та аргументації, допускаються при цьому окремі несуттєві неточності та незначні помилки.

«50-69 балів» – здобувач вищої освіти в цілому володіє навчальним матеріалом викладає його основний зміст під час усних виступів та письмових відповідей (у т. ч. у вигляді мультимедійних презентацій), але без глибокого всебічного аналізу, обґрунтування та аргументації, без використання необхідної літератури, допускаючи при цьому окремі суттєві неточності та помилки.

«Менше 50 балів» – здобувач вищої освіти не в повному обсязі володіє навчальним матеріалом. Фрагментарно, поверхово (без аргументації та обґрунтування) викладає його під час усних виступів та письмових відповідей, недостатньо розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, допускаючи при цьому суттєві неточності.

Додаткові бали до поточного контролю здобувач освіти може отримати, пройшовши навчальний курс у вигляді неформальної освіти з отриманням сертифікату в межах предмету вивчення дисципліни протягом навчального семестру, взявши участь у науковому, освітньому чи прикладному проекті, який відповідає предмету дисципліни чи підготувавши дайджест (добір уривків з різних джерел на певну тематику). У форматі дайджестів можна зробити системний аналіз будь-якого теоретичного положення, розкрити різні точки зору на будь-яку проблему, тему, питання та зробити узагальнюючі висновки:

2 бали – нараховується здобувачам освіти, які пройшли навчальний курс у вигляді неформальної освіти з отриманням сертифікату в межах предмету вивчення дисципліни

протягом навчального семестру.

2 бали – нараховується здобувачам освіти, які взяли участь у науковому, освітньому чи прикладному проєкті, який відповідає предмету дисципліни.

1 бал – нараховується здобувачам освіти, які підготували дайджест на певну тематику в межах вивчення дисципліни.

Також за рішенням кафедри менеджменту та бізнес-адміністрування здобувачам освіти, які брали участь у науково-дослідній роботі (роботі конференцій, студентських наукових гуртків та проблемних груп, підготовці публікацій), а також були учасниками олімпіад, конкурсів, можуть присуджуватися додаткові бали згідно «[Положення про порядок організації та проведення оцінювання успішності здобувачів вищої освіти Прикарпатського національного університету ім. Василя Стефаника](https://efund.cnu.edu.ua/wp-content/uploads/sites/172/2023/09/poriadok-orhanizatsii-ta-provedennia-otsiniuvannia-uspishnosti-zdobuvachiv-vyshchoi-osvity-Prickarpatskogo-natsionalnogo-universitetu-im-Vasilia-Stephanika)» (введено в дію наказом ректора №309 від 19 травня 2023 р.) (див. ст. 4). Ознайомитися із положенням можна за посиланням: <https://efund.cnu.edu.ua/wp-content/uploads/sites/172/2023/09/poriadok-orhanizatsii-ta-provedennia-otsiniuvannia-uspishnosti-zdobuvachiv-vyshchoi-osvity.pdf>

Контроль самостійної роботи.

Самостійна робота здобувачів освіти передбачає:

1. Тестування.
2. Підготовка індивідуального проєкту.

Тестовий контроль. Студент опрацьовує питання, що призначені для самостійного вивчення і для контролю проходить тестування в системі дистанційного навчання (d-learn.pnu.edu.ua) (дві спроби – кращий результат). Оцінювання за тестовий контроль здійснюється за 100-бальною шкалою. Максимальна кількість балів, яку здобувач освіти може отримати за тестовий контроль складає 35 балів.

Підготовка індивідуального проєкту. Вивчення дисципліни передбачає обов'язкову підготовку індивідуального проєкту. Оцінювання індивідуального проєкту здійснюється за 100-бальною шкалою. Максимальна кількість балів за індивідуальний проєкт складає 30 балів. Метою підготовки індивідуального проєкту є закріплення теоретичних знань і практичних навичок з дисципліни.

Критерії оцінювання індивідуального проєкту:

«*90-100 балів*» – індивідуальний проєкт виконано на високому рівні, вирішено усі поставлені завдання. Під час усного захисту проєкту здобувач освіти проявив повне володіння матеріалом та свій виступ супроводжував мультимедійною презентацією.

«*70-89 балів*» – індивідуальний проєкт містить деякі незначні помилки та суперечні питання, які можуть бути виправлені письмово, або захищені усно. Під час усного захисту проєкту здобувач освіти проявив достатнє володіння матеріалом та свій виступ супроводжував мультимедійною презентацією.

«*50-69 балів*» – індивідуальний проєкт містить незначні помилки та суперечні питання, які можуть бути виправлені письмово, або захищені усно, проте сам проєкт не містить всебічного аналізу, а поставлені питання вирішені не повністю. Під час усного захисту проєкту здобувач освіти проявив загальне володіння матеріалом та свій виступ супроводжував мультимедійною презентацією.

«*Менше 50 балів*» – індивідуальний проєкт не відповідає поставленим завданням, допущені суттєві помилки та неточності.

Підсумковим семестровим контролем є підсумкове оцінювання результатів навчання здобувача вищої освіти за семестр, що з даної дисципліни здійснюється у формі заліку.

Семестровий контроль у формі заліку передбачає, що підсумкова оцінка (у 100-бальній шкалі) з навчальної дисципліни визначається як сума оцінок за поточний контроль знань.

Повторне складання заліків допускається не більше двох разів з кожної дисципліни: один раз викладачеві (талон №2) тестування в системі дистанційного навчання та усне опитування відповідно до програмових вимог, другий – комісії (талон №3) реалізується виключно у тестовій формі з використанням організаційно-технологічних процесів.

Якщо студент не склав навчальну дисципліну за талоном 3, дозволяється повторне вивчення навчальної дисципліни впродовж наступного семестру (планується за рахунок власного часу студента і не фінансується з бюджетних коштів). [Положення про порядок](#)

організації та проведення оцінювання успішності здобувачів вищої освіти Прикарпатського національного університету ім. Василя Стефаника (введено в дію наказом ректора №309 від 19 травня 2023 р.)

Ознайомитися із положенням можна за посиланням: <https://efund.cnu.edu.ua/wp-content/uploads/sites/172/2023/09/poriadok-orhanizatsii-ta-provedennia-otsiniuvannia-uspishnosti-zdobuvachiv-vyshchoi-osvity.pdf>

Шкала оцінювання

Оцінка університетська	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою
90-100	A	відмінно
80-89	B	добре
70-79	C	
60-69	D	задовільно
50-59	E	
25-49	FX	незадовільно з можливістю повторного складання
0-24	F	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

9. Неформальна та інформальна освіта

Рекомендовані онлайн-курси:

1. Coursera. Introduction to Personal Branding (University of Virginia): <https://www.coursera.org/learn/introduction-to-personal-branding>
2. Coursera. Personal Branding: Stand Out and Succeed (University of Michigan): <https://www.coursera.org/learn/personal-branding-stand-out-succeed>
3. Coursera. Brand Management: Aligning Business, Brand and Behaviour (University of London): <https://www.coursera.org/learn/brand>
4. Coursera. Introduction to Public Relations and the Media (University of Colorado Boulder): <https://www.coursera.org/learn/introduction-public-relations-media>
5. Coursera. Principles of Public Relations (University of Colorado Boulder): <https://www.coursera.org/courses?query=principles%20of%20public%20relations>
6. HubSpot Academy. Social Media Marketing Certification Course: <https://academy.hubspot.com/courses/social-media>
7. Prometheus. Менеджмент: <https://prometheus.org.ua/prometheus-free/management/>
8. Prometheus. Ділова комунікація: <https://prometheus.org.ua/prometheus-plus/business-correspondence/>
9. Prometheus. Цифрові медіа та маркетингові стратегії: <https://prometheus.org.ua/prometheus-free/digital-media-and-marketing-strategies/>
10. Prometheus. SMM: фундамент: <https://prometheus.org.ua/prometheus-free/smm-foundation/>

10. Інформація про підвищення кваліфікації викладачів

Викладач	Різновид підвищення кваліфікації
Топольницька Тетяна Богданівна	<ol style="list-style-type: none"> 1. Участь в онлайн-форумі «Ментальне здоров'я: феномен щастя» на освітній платформі «4PEOPLE», сертифікат від 20.03.2025, обсягом 6 годин (0,2 кредити ECTS). 2. Участь в онлайн-форумі «Лідерство та ментальне здоров'я» на освітній платформі «4PEOPLE», сертифікат від 20.02.2025, обсягом 6 годин (0,2 кредити ECTS). 3. Участь в онлайн-форумі «Штучний інтелект та цифрове майбутнє» на освітній платформі «4PEOPLE», сертифікат від 03.04.2025, обсягом 6 годин (0,2 кредити ECTS). 4. Курс підвищення кваліфікації «Великий курс про ШІ» обсягом 45 год. (1,5 кредити ECTS), 26.05.2025 - 09.06.2025, сертифікат ВКШІО-4632. 5. Курс підвищення кваліфікації «Професійні та освітні кваліфікації: актуальні методологічні підходи для закладів вищої освіти», пройденого на базі Національного агентства кваліфікацій від 20.10.2025 обсягом 45 годин (1,5 кредити ECTS). 6. Сертифікований бізнес-тренер, сертифікат від 08.12.2024 р.

11. Контактна інформація

Кафедра	<p>Кафедра менеджменту та бізнес-адміністрування Факультет управління вул. Шевченка 57, каб. 110 б (вхід з вул. Чорновола) м. Івано-Франківськ, тел.: +380505628764</p> <p>Електронна адреса: kmba@pnu.edu.ua</p> <p>Сайт кафедри: https://surl.li/faupit</p> <p>Сторінки в соцмережах: https://www.facebook.com/mbakafedra https://www.instagram.com/kafedra_mba/</p>
Викладач	<div style="display: flex; align-items: center;">  <div> <p>Топольницька Тетяна Богданівна</p> <p>кандидат економічних наук, доцент доцент кафедри менеджменту та бізнес-адміністрування</p> </div> </div>
Контактна інформація викладача	<p>Е-mail: tetiana.topolnytska@cnu.edu.ua</p>

12. Політика навчальної дисципліни

<p>Академічна доброчесність</p>	<p>Дотримання академічної доброчесності засновується на ряді положень та принципів академічної доброчесності, що регламентують діяльність здобувачів вищої освіти та викладачів університету:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Кодекс честі Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника (введено в дію наказом ректора №530 від 27 вересня 2022 р.) Ознайомитися з положенням можна за посиланням: https://efund.cnu.edu.ua/wp-content/uploads/sites/172/2024/02/34-04-kodeksu-chesti-prykarpatськоho-natsionalnoho-universytetu-imeni-vasyliya-stefanyka.pdf • Положення про Комісію з питань етики та академічної доброчесності Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника (введено в дію наказом ректора №529 від 27 вересня 2022 р.) Ознайомитися з положенням можна за посиланням: https://efund.cnu.edu.ua/wp-content/uploads/sites/172/2024/02/34-03-polozhennia-pro-komisiiu-z-pytan-etyky-ta-akademichnoi-dobrochesnosti.pdf • Положення про запобігання академічному плагіату та інших видів академічної нечесності у навчальній та науково-дослідній роботі здобувачів освіти Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника (введено в дію наказом ректора №529 від 27 вересня 2022 р.) Ознайомитися із положенням можна за посиланням: https://efund.cnu.edu.ua/wp-content/uploads/sites/172/2023/11/34-06_2022-polozhennia-pro-zapobihannia-akademichnomu-plahiatu-ta-inshym-porushenniam-akademichnoi-dobrochesnosti-1.pdf • Положення про запобігання академічному плагіату у Прикарпатському національному університеті імені Василя Стефаника. (введено в дію наказом ректора №529 від 27 вересня 2022 р.) Ознайомитися з положенням можна за посиланням: https://efund.cnu.edu.ua/wp-content/uploads/sites/172/2024/02/34-05-polozhennia-pro-zapobihannia-akademichnomu-plahiatu.pdf • Склад комісії з питань етики та академічної доброчесності Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника. Ознайомитися можна за посиланням: https://cnu.edu.ua/wp-content/uploads/2025/01/sklad-komisii-z-pytan-etyky-ta-akademichnoi-dobrochesnosti-prykarpatськоho-natsionalnoho-universytetu-imeni-vasyliya-stefanyka.pdf • Лист МОН України «До питання уникнення проблем і помилок у практиках забезпечення академічної доброчесності». Ознайомитися можна за посиланням: https://cnu.edu.ua/wp-content/uploads/2020/05/1_9-263.pdf
<p>Пропуски занять (відпрацювання)</p>	<p>Можливість і порядок відпрацювання пропущених здобувачем освіти занять регламентується Положення про порядок організації та проведення оцінювання успішності здобувачів вищої освіти Прикарпатського національного університету ім. Василя Стефаника (введено в дію наказом ректора №309 від 19 травня 2023 р.). Ознайомитися з положенням можна за посиланням: https://efund.cnu.edu.ua/wp-content/uploads/sites/172/2023/09/poriadok-orhanizatsii-ta-provedennia-otsiniuvannia-uspishnosti-zdobuvachiv-</p>

Виконання завдання пізніше встановленого терміну	vyshchoi-osvity.pdf У разі виконання завдання здобувачем освіти пізніше встановленого терміну, без попереднього узгодження ситуації з викладачем, оцінка за завдання – «незадовільно», відповідно до Положення про порядок організації та проведення оцінювання успішності здобувачів вищої освіти Прикарпатського національного університету ім. Василя Стефаника (введено в дію наказом ректора №309 від 19 травня 2023 р.). Ознайомитися з положенням можна за посиланням: https://efund.cnu.edu.ua/wp-content/uploads/sites/172/2023/09/poriadok-orhanizatsii-ta-provedennia-otsiniuvannia-uspishnosti-zdobuvachiv-vyshchoi-osvity.pdf
Невідповідна поведінка під час заняття	Невідповідна поведінка під час заняття регламентується рядом положень про академічну доброчесність (див. вище) та може призвести до відрахування здобувача вищої освіти (студента) «за порушення навчальної дисципліни і правил внутрішнього розпорядку вищого закладу освіти», відповідно до п.10 «Порядок поновлення, переведення, відрахування здобувачів освіти» «Положення про організацію освітнього процесу та розробку основних документів з організації освітнього процесу в Прикарпатському національному університеті імені Василя Стефаника» (введено в дію наказом ректора №572 від 03 липня 2025 р). Ознайомитися з положенням можна за посиланням: https://efund.cnu.edu.ua/wp-content/uploads/sites/172/2023/09/polozhennia-pro-orhanizatsiiu-osvitnoho-protsesu-ta-rozrobku-osnovnykh-dokumentiv-z-orhanizatsii-osvitnoho-protsesu.pdf
Неформальна освіта	Можливість зарахування результатів неформальної освіти регламентується «Положення про визнання результатів навчання, здобутих шляхом неформальної освіти в Прикарпатському національному університеті імені Василя Стефаника» (введено в дію наказом ректора №672 від 24.11.2022). Ознайомитися з положенням можна за посиланням: https://efund.cnu.edu.ua/wp-content/uploads/sites/172/2023/05/02-07.33_2022-polozhennia-pro-vyznannia-rezultativ-navchannia-zdobutykh-shliakhom-neformalnoi-osvity-v-prykarpatskomu-natsionalnomu-universyteti-imeni-vasylii-stefanyka.pdf

13. Ресурсне забезпечення

Рекомендовані джерела:

1. Сайт дистанційного навчання. URL: <https://d-learn.pnu.edu.ua/>
2. Topolnytska, T., Matskiv, R. and Pobihun, S. (2021), "Region image formation by using social communications", *Efektivna ekonomika*, [Online], vol. 5, DOI: [10.32702/2307-2105-2021.5.70](https://doi.org/10.32702/2307-2105-2021.5.70)
3. Мацьків Р., Топольницька Т., Данилейчук Р.Б. Соціальна відповідальність підприємств як фактор забезпечення конкурентоспроможності регіону. *Економіка та суспільство*, 2021 (26). DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-26-42>
1. Topolnytska, T., Matskiv, R., Yatsiuk, O., Savko, O., Hryvnaк, B. State Regulation in Foreign Economic Activity of Cement Industry of Ukraine. *Management Systems in Production Engineering*, 2021, Vol. 29, Issue 3, 215-226. DOI: <https://doi.org/10.2478/mspe-2021-0027>
2. Malynovska, G., Mosora, L., Kis, S., Topolnytska, T., Kalambet, Y. Design Thinking Method Implementation in Personnel Certification Procedures. No. 15 (2021): *European Integration Studies*, 22-33. DOI: <https://doi.org/10.5755/j01.eis.1.15.29134>
3. Topolnytska T., Danyleichuk R. (2024). Prerequisites and Perspectives of Sustainable Development of Tourism and Recreation Sphere. *Efektivna ekonomika*, [Online], № 5. DOI:

- <https://doi.org/10.32702/2307-2105.2024.5.74>
4. Topolnytska T., Kafka S., Tomashevsk A. Synergy of ethics, financial analysis, and decision-making technologies in modern management. *Успіхи і досягнення в науці*, № 10 (20), 2025. DOI: [https://doi.org/10.52058/3041-1254-2025-10\(20\)](https://doi.org/10.52058/3041-1254-2025-10(20))
 5. Томашевська А.В., Кафка С.М., Топольницька Т.Б. Трансформація ролі контролю у забезпеченні ефективного корпоративного управління. *Наукові перспективи*, № 12 (66), 2025. DOI: [https://doi.org/10.52058/2708-7530-2025-12\(66\)-1263-1275](https://doi.org/10.52058/2708-7530-2025-12(66)-1263-1275)
 6. Балла Е. Ю. Основи іміджології. 2023. URL: <https://www.uzhnu.edu.ua/uk/infocentre/get/64739>
 7. Бобошко В. І., Бакалавр В. І. Комунікації в бізнесі: бренд, імідж, репутація. 2025. URL: <https://ir.stu.cn.ua/handle/123456789/32934>
 8. Маложон О. І. Формування бренду України як PR і імідж-технології. 2024. URL: https://philol.vernadskyjournals.in.ua/journals/2024/6_2024/64.pdf
 9. Сватюк О., Філь О. Управління технологіями іміджмейкінгу для побудови особистого бренду в соціальних мережах. 2025. URL: <https://science.lpnu.ua/sites/default/files/journal-paper/2025/dec/41303/101225maket16122025-205-214.pdf>
 10. Чичуліна К. В. Стратегії формування корпоративного іміджу і бренд-менеджменту. 2024. URL: https://reposit.nupp.edu.ua/bitstream/PolNTU/17474/1/Chichulina_2.pdf
 11. Cullen M., Calitz A. P., Botha A. The Use of Social Media for Personal Branding. 2024. URL: https://www.researchgate.net/publication/385810388_The_Use_of_Social_Media_for_Personal_Branding
 12. J. Vinmalar. A Study on Personal Branding – Theoretical Concept. 2025. DOI: <https://doi.org/10.29121/ijetmr.v12.i4SE.2025.1621>
 13. Nursani A., Hardjanto T. D. Personal Branding Strategy in LinkedIn Profile Summary: A Rhetorical Move Analysis. 2024. DOI: <https://doi.org/10.9744/kata.26.2.135-148>
 14. Osei Bonsu A., Anim-Wright K. Personal Branding: A Systematic Literature Review. 2024. DOI: <https://doi.org/10.5539/ijms.v16n1p30>
 15. Szántó P., Papp-Váry Á., Radácsi L. Research Gap in Personal Branding: Understanding and Quantifying Personal Branding by Developing a Standardized Framework for Personal Brand Equity Measurement. 2025. DOI: <https://doi.org/10.3390/admsci15040148>



Викладач

Тетяна ТОПОЛЬНИЦЬКА