

ЖИТОМИРСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ІВАНА ФРАНКА
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ ІНОЗЕМНОЇ ФІЛОЛОГІЇ
КАФЕДРА АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ ТА ПРИКЛАДНОЇ ЛІНГВІСТИКИ

ОКСАНА КОДУБОВСЬКА

ПЕРСОНАЛЬНИЙ БРЕНД У ЦИФРОВОМУ СВІТІ

(інструктивно-методичні матеріали до семінарських занять вибіркової
освітньої компоненти)

Житомир 2024

УДК 005.9:159.923.2:659.126.6:004.738.5
К 55

*Рекомендовано до друку вченою радою Житомирського державного
університету імені Івана Франка
від 24 грудня 2024 року (Протокол № 23)*

Рецензенти:

Людмила МОГЕЛЬНИЦЬКА – завідувач кафедри теоретичної та прикладної лінгвістики Державного університету «Житомирська політехніка» кандидат філологічних наук, доцент.

Лариса СОЛОВЙОВА – кандидат філологічних наук, доцент, доцент кафедри іноземних мов Поліського національного університету.

Юлія НІДЗЕЛЬСЬКА – кандидат філологічних наук, доцент кафедри англійської філології та перекладу Житомирського державного університету імені Івана Франка.

К 55 Кодубовська Оксана Олександрівна. ПЕРСОНАЛЬНИЙ БРЕНД У ЦИФРОВОМУ СВІТІ. Інструктивно-методичні матеріали до семінарських занять вибіркової освітньої компоненти. Житомир, 2024. 31 С.

Інструктивно-методичні матеріали до семінарських занять вибіркової освітньої компоненти укладено для підготовки здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти денної та заочної форми здобуття.

© Кодубовська О.О.

© Житомирський державний університет імені Івана Франка, 2024

ЗМІСТ

Пояснювальна записка

Семінарське заняття 1. Засади розвитку кар'єри сучасної особистості

Семінарське заняття 2. Стереотипи у професіях

Семінарське заняття 3. Ефективна комунікація в професійній діяльності.

Семінарське заняття 4. Пітчінг: як ефективно презентувати ідею

Семінарське заняття 5. Мистецтво спічрайтингу

Семінарське заняття 6. Основні принципи успішної презентації.

Семінарське заняття 7. Основні принципи успішної відеопрезентації.

Семінарське заняття 8. Я-бренд: правила професійного позиціонування.

Семінарське заняття 9. Ребрендинг існуючого бренду

Семінарське заняття 10. Аналіз резюме.

Семінарське заняття 11. Резюме VS супровідний лист.

Семінарське заняття 12-14. Цифрові технології та соціальні мережі для професійного позиціонування в умовах євроінтеграції.

Рекомендована література

Пояснювальна записка

Мета вивчення освітньої компоненти полягає у наданні знань про те, як ефективно презентувати цілі та результати дослідницьких проєктів для потенційних інвесторів, влади та громадськості, просуваючи тим самим власний бренд.

Основними цілями вивчення освітньої компоненти є: розкрити ключові аспекти успішної кар'єри в сучасному світі та актуалізувати тему власного бренду серед професійної спільноти; розкрити якості, необхідні для успішної презентації власних досягнень широкому колу слухачів; ознайомити з різними формами спілкування, презентацією своєї дослідницької діяльності щодо цілей та контекстів; ознайомити з основними положеннями складання резюме та ефективного проходження онлайн співбесіди; обґрунтувати важливість розвитку власного іміджу у цифровому суспільстві та ознайомити з інструментами відкритої науки як засобами для популяризації власних здобутків; висвітлити основні правила комунікації у науковій сфері із використанням онлайн технологій та ознайомити з особливостями проходження інтерв'ю, участі у прес-конференції, успішного спілкування з громадськістю через мас-медіа; розглянути принципи академічної доброчесності та їх роль у формуванні іміджу вченого; ознайомити з цифровими технологіями та соціальними мережами, як способом професійного позиціонування.

У результаті навчання здобувач повинен знати: вимоги до успішної кар'єри; способи привертання уваги громадської думки до значущості власних досліджень; особливості проведення успішної презентації особи, власних розробок, публічного виступу; основи створення резюме та ефективного проходження онлайн співбесіди; механізми використання інструментів для популяризації власних результатів, цифрових технологій та соціальних мереж для популяризації власних професійних здобутків.

А також вміти: логічно та послідовно доносити результати власних досліджень до широкого кола громадськості; поширювати знання і формувати

власний спосіб мислення серед людей; доцільно застосовувати правила комунікації у професійній сфері; вміло проводити інтерв'ю щодо участі у прес-конференції, успішного спілкування з громадськістю через мас-медіа; користуватись соціальними мережами для професійного позиціонування.

Семінарське заняття 1. Засади розвитку кар'єри сучасної особистості

Мета: Ознайомити здобувачів зі стереотипами у професіях, основними етапами розвитку кар'єри, проаналізувати індивідуальні цілі та скласти план кар'єрного зростання.

Структура заняття:

Етап 1. Самоусвідомлення та оцінка

Завдання: Провести індивідуальну оцінку власних професійних компетенцій, інтересів і навичок.

Інструмент: Матриця SWOT-аналізу (Сильні сторони, Слабкі сторони, Можливості, Загрози).

SWOT-аналіз



Інструкція до виконання завдання:

Самооцінка:

Проведіть глибоку самоаналіз, щоб визначити свої внутрішні характеристики, навички, знання, життєві установки та досвід.

SWOT-аналіз: Проведіть SWOT-аналіз, поділивши свої особисті характеристики та фактори на чотири категорії:

Сильні сторони (Strengths): Які ваші головні переваги? Що робить вас унікальним? Це можуть бути ваші професійні навички, соціальні зв'язки, характерні риси (наполегливість, креативність), досвід чи знання.

Слабкі сторони (Weaknesses): У чому ви відчуваєте труднощі? Що заважає вам досягати цілей? Можливо, це брак навичок, самодисципліни, страх перед змінами або інші фактори.

Можливості (Opportunities): Які зовнішні фактори можуть допомогти вам досягти успіху? Це можуть бути нові можливості для навчання, кар'єрного росту, особистісного розвитку або сприятливі обставини в оточенні.

Загрози (Threats): Які зовнішні виклики або обмеження можуть стояти на вашому шляху? Наприклад, конкуренція, нестача ресурсів, стресові ситуації або глобальні зміни, які можуть вплинути на ваше життя.

Аналіз результатів:

Як ви можете використовувати свої сильні сторони для подолання загроз або перетворення можливостей на реальність?

Що ви можете зробити, щоб подолати свої слабкі сторони і мінімізувати їхній вплив?

Етап 2. Визначення цілей

Завдання: Розробка SMART-цілей для особистого або професійного розвитку

Інструкція до виконання завдання:

- Виберіть сферу життя або діяльності, над якою ви хочете працювати.

Це може бути особистий розвиток (наприклад, здоров'я, саморозвиток, хобі) або професійна сфера (кар'єра, освіта, навички). Оберіть одну або кілька сфер, у яких ви хочете досягти прогресу.

- Сформулюйте мету відповідно до принципів SMART.

Specific (Конкретна): Опишіть, чого саме ви хочете досягти.

Measurable (Вимірювана): Як ви вимірюватимете свій прогрес? Вкажіть кількісні або якісні показники.

Achievable (Досяжна): Чи є ваша мета реалістичною? Що потрібно для її досягнення?

Relevant (Актуальна): Чому ця мета важлива для вас на даному етапі?

Time-bound (Часово обмежена): Вкажіть чіткий термін, до якого ви плануєте досягти цієї мети.

Створіть щонайменше дві SMART-цілі для різних аспектів вашого життя:

- Одна з особистого життя (здоров'я, відпочинок, саморозвиток).
- Одна з професійної сфери (робота, навчання, розвиток навичок).
- Опис кожної SMART-цілі має включати:
 - Повний опис мети.
 - Очікувані результати.
 - Шляхи досягнення мети (ресурси, інструменти, дії).

Етап 3. План дій

Завдання: Розробити поетапний план дій для досягнення кар'єрних цілей.

Інструкція до виконання завдання:

Визначте свою кар'єрну мету:

Подумайте, чого саме ви хочете досягти у професійній сфері. Це може бути конкретна посада, перехід у нову галузь, отримання певних навичок або професійне визнання.

Сформулюйте мету чітко і конкретно, враховуючи довгострокову перспективу (на 2-5 років).

Розбийте мету на етапи:

Визначте проміжні цілі, яких потрібно досягти на шляху до головної кар'єрної мети. Наприклад, навчання, набуття певного досвіду, участь у проєктах, встановлення професійних контактів тощо.

Вкажіть послідовність етапів і строки їх виконання.

Плануйте ресурси і дії:

Для кожного етапу складіть план дій. Визначте:

Необхідні ресурси: Які знання, навички або сертифікації вам потрібні? Чи потрібні вам додаткові ресурси, наприклад, фінанси, наставництво, курси?

Конкретні дії: Що саме ви будете робити на кожному етапі? Наприклад, записатися на курс, підготувати портфоліо, пройти співбесіду, знайти ментора тощо.

Терміни: Для кожного етапу встановіть часові межі, щоб контролювати виконання плану.

Оцінка ризиків і перепон: Оцініть можливі виклики або перепони, які можуть виникнути на шляху до досягнення мети. Наприклад, конкуренція, нестача часу, зміна економічної ситуації. Розробіть стратегії, як подолати ці труднощі або мінімізувати їхній вплив.

Складання поетапного плану дій: Викладіть поетапний план дій у структурованому вигляді:

Ціль: Чітко сформульована кар'єрна мета.

Етапи: Проміжні цілі з поясненням їхньої ролі.

Дії: Конкретні кроки для кожного етапу.

Терміни: Чіткі дати або періоди для виконання кожного етапу.

Ризики та рішення: Потенційні труднощі та плани їх подолання.

Семінарське заняття 2. Стереотипи у професіях

Мета: Вивчити та проаналізувати поширені стереотипи, пов'язані з різними професіями, та їх вплив на сприйняття окремих фахівців у суспільстві.

Інструкція до виконання завдання:

Обрати професії для аналізу:

Оберіть щонайменше три професії, про які, на вашу думку, існують поширені стереотипи (наприклад, вчитель, програміст, модель, інженер,

медсестра). Це можуть бути професії, які стереотипно пов'язують із певною статтю, віком, рівнем освіти або соціальним статусом.

Аналіз впливу стереотипів:

- Як стереотипи впливають на вибір професії серед різних груп населення?
- Як ці стереотипи можуть обмежувати розвиток у певній професії або навпаки, мотивувати до неї?
- Чи мають ці стереотипи вплив на сприйняття компетентності або успіху фахівців у цих професіях?

Реальні приклади:

Наведіть приклади реальних людей або ситуацій, де стереотипи вплинули на кар'єрний шлях або професійне сприйняття.

Можливо, ви зможете навести приклади з власного досвіду або спілкування з іншими людьми.

Шляхи боротьби зі стереотипами:

Запропонуйте способи подолання стереотипів у виборі та розвитку професій:

- Як медіа, освітні установи або роботодавці можуть вплинути на зміну суспільної думки?
- Які кроки можуть зробити окремі особи для того, щоб не піддаватися стереотипам при виборі професії?

Семінарське заняття 3. Ефективна комунікація в професійній діяльності.

Мета: Навчити здобувачів основним принципам ефективної комунікації, покращити навички слухання, вирішення конфліктів та взаємодії з колегами.

Структура заняття:

Етап 1. Роль ефективної комунікації

Завдання: Обговорення реальних ситуацій з професійного досвіду здобувачів, де комунікація була ефективною або неефективною.

Інструкція до виконання завдання:

Здобувачі діляться прикладами та аналізують, які фактори зробили комунікацію успішною або, навпаки, невдалою.

Етап 2. Активне слухання

Завдання: Навчитися активного слухання та застосувати це в парах.

Інструкція до виконання завдання:

- Поділіться на пари. Один здобувач говорить про проблему або виклик, з яким він стикається на роботі.
- Другий здобувач використовує техніки активного слухання: підтримка контакту очима, невербальні сигнали (кивання головою, посмішка), парафразування почутого та запитання для уточнення.
- Після вправи кожна пара ділиться досвідом, як активне слухання вплинуло на сприйняття ситуації та взаємодію.

Етап 3. Невербальна комунікація

Завдання: Вивчення невербальних сигналів та їх впливу на професійну комунікацію.

Інструкція до виконання завдання:

- На парі здобувачі мають виконати завдання з аналізу невербальної комунікації. Вдома кожен підготував короткий відеофрагмент з фільму, який показуватиме під час пари без звуку.
- Під час перегляду відео решта групи уважно спостерігає за подіями на екрані, аналізуючи жести, міміку, рухи тіла та взаємодію персонажів. Основна мета – без слів зрозуміти суть сцени, емоції героїв та події, що відбуваються. Після перегляду група обговорює свої враження та припущення, намагаючись зрозуміти, що саме відбувається у відео і які емоційні чи сюжетні зміни можна виявити лише через невербальні сигнали.

- Цей підхід допомагає розвинути навички читання невербальної комунікації, вміння розуміти та інтерпретувати емоційні стани та взаємодії без слів, що є цінним як у професійній діяльності, так і в повсякденному спілкуванні.

Семінарське заняття 4. Пітчінг: як ефективно презентувати ідею

Мета: Навчити здобувачів готувати та проводити пітчінг своїх ідей, проєктів або продуктів. Підвищити навички переконливої комунікації, структурування інформації та виступу перед аудиторією.

Структура заняття:

Етап 1. Структура пітчу

Завдання: Ознайомити здобувачів із базовою структурою пітчу.

Компоненти пітчу:

Гачок (hook) – короткий вступ, що захоплює увагу.

Проблема – яке завдання або проблему ви вирішуєте.

Рішення – як саме ваша ідея, продукт або послуга вирішує проблему.

Переваги – що робить ваше рішення унікальним або кращим за інші.

Заклик до дії – що ви хочете від аудиторії (інвестиції, партнерство, підтримка тощо).

Інструкція до виконання завдання:

- Дослідіть приклади відомих стартапів, які успішно залучили інвестиції за допомогою пітч-презентацій.
- Проаналізуйте структуру їхніх пітчів і виділіть основні складові.

Етап 2. Практика створення "гачка"

Завдання: Сформулювати гачок для свого пітчу.

Інструкція до виконання завдання:

- Здобувачі мають 5 хвилин, щоб створити яскраве, цікаве речення, яке змусить аудиторію звернути увагу.
- Після цього кожен презентує свій гачок перед групою.

- Група надає зворотний зв'язок, чи ефективно гачок привертає увагу.

Етап 3. Презентація проблеми та рішення

Завдання: Визначити основну проблему та сформулювати рішення.

Інструкція до виконання завдання:

- Здобувачі повинні чітко описати проблему, на яку спрямований їх продукт або ідея.
- Потім потрібно презентувати рішення, наголошуючи на його унікальності та перевагах.
- Здобувачі діляться своїми ідеями та отримують зворотний зв'язок від групи щодо зрозумілості та переконливості презентації.

Етап 4. Практика пітчінгу

Завдання: Провести повноцінний пітч.

Інструкція до виконання завдання:

- Кожен здобувач має 3-5 хвилин для презентації свого пітчу (за стандартною структурою: гачок, проблема, рішення, переваги, заклик до дії).
- Інші здобувачі грають роль інвесторів або партнерів та задають запитання.
- Здобувачі обирають між форматами Elevator Pitch (презентація "в ліфті"), Idea Pitch (пітч-ідея) або Funding Pitch (пітч для інвестицій).

Elevator Pitch (Презентація "в ліфті"):

- Створіть 30-60 секундний пітч, який можна використати для швидкої презентації вашої ідеї, продукту або проєкту, якби у вас була лише коротка зустріч у ліфті з потенційним інвестором або клієнтом.
 - У пітчі має бути:
 - Яка проблема вирішується.
 - Ваше рішення або продукт.
 - Ключові переваги або унікальні особливості.

- Заклик до дії (що ви очікуєте від слухача).

Idea Pitch (Пітч-ідея):

- Створіть пітч, який представляє вашу бізнес-ідею або інновацію за 2-3 хвилини. Пітч має бути орієнтованим на зацікавлення слухача та отримання підтримки для подальшого обговорення ідеї.

- Основні компоненти:
 - Опис проблеми або можливості на ринку.
 - Опис вашої ідеї та її рішення.
 - Потенційний ринок та аудиторія.
 - Конкурентні переваги або інноваційність.
 - Заклик до дії або очікуваний результат (наприклад, пропозиція партнерства чи участі у проєкті).

Funding Pitch (Пітч для інвестицій):

- Підготуйте 5-хвилинний пітч для інвесторів, мета якого — переконати вкласти кошти у ваш проєкт або стартап.

- Основні компоненти:
 - Проблема на ринку і її масштаб.
 - Ваш продукт/послуга та як вони вирішують цю проблему.
 - Бізнес-модель (як ваш проєкт генерує прибуток).
 - Поточний стан бізнесу (наприклад, етап розробки або існуючі клієнти).
 - Ринок і конкурентне середовище.
 - Команда (чому ваша команда здатна реалізувати цей проєкт).
 - Сума інвестицій, яку ви шукаєте, і як ці кошти будуть використані.

Після кожного пітчу надається зворотний зв'язок від групи щодо: зрозумілості та чіткості ідеї; ефективності структури; переконливості та враження, яке справив виступ.

Семінарське заняття 5. Мистецтво спічрайтингу

Мета: Навчити здобувачів основам спічрайтингу, розвинути навички створення структурованих та переконливих промов. Дослідити творчі підходи до написання текстів, що надихають і впливають на аудиторію.

Структура заняття:

Етап 1. Структура промови

Завдання: Ознайомлення з базовою структурою промови.

Структура:

1. Привітання. Перш ніж донести свою думку, оратору варто привітати слухачів.
2. Вступ. Під час виступу потрібно заволодіти увагою публіки і не відпускати до кінця.
3. Основна частина. Цей блок є ключовим, тому якість роботи над текстом для публічного виступу залежить від уміння подати інформацію.
4. Висновки. Кінець промови – це завжди підбивання підсумків для уточнення цілей виступу.

Інструкція до виконання завдання:

Дослідити промови відомих лідерів, таких як Мартін Лютер Кінг, Стів Джобс або Вацлав Гавел, розібрати структуру їхніх виступів та визначити, чому ці промови стали впливовими.

Це може бути:

- **Мартін Лютер Кінг** – “I Have a Dream”
- **Стів Джобс** – виступ на випускній церемонії в Стенфорді (2005 рік)
- **Вацлав Гавел** – промови, присвячені темам демократії та свободи

Етап 2. Розробка "гачка" для промови

Завдання: Створити захоплюючий початок промови.

Інструкція до виконання завдання:

- Здобувачі мають 5-10 хвилин, щоб придумати перше речення або абзац, який миттєво приверне увагу аудиторії.

- Після цього кожен зачитує свій вступ для групи.
- Група аналізує, наскільки вдало початок промови викликав інтерес та емоційну реакцію.

Етап 3. Логіка та переконливість основної частини

Завдання: Написати центральний блок промови з чіткими тезами та аргументами.

Інструкція до виконання завдання:

- Здобувачі обирають одну тему (може бути актуальна соціальна або бізнес-тема) і формулюють основні тези промови.
- Під кожною тезою наводяться аргументи або приклади для підкріплення.
- Здобувачі діляться своїми текстами, а група дає зворотний зв'язок щодо логіки, структури та переконливості аргументів.

Етап 4. Використання риторичних прийомів

Завдання: Ознайомитися з основними риторичними прийомами та застосувати їх у своїх промовах.

Риторичні прийоми:

Анафора (повторення слів на початку речень для підсилення ефекту).

Трійковий ритм (використання трьох основних пунктів для впливу на аудиторію).

Риторичні запитання (питання, яке спонукає до роздумів).

Метафори та аналогії (зображення складних понять через зрозумілі образи).

Інструкція до виконання завдання:

- Здобувачі обирають кілька риторичних прийомів і вбудовують їх у свої промови.
- Читання відредагованих частин промови перед групою.

- Група обговорює, як риторичні прийоми впливають на емоційне сприйняття тексту та його силу.

Етап 5. Завершення промови: заклик до дії

Завдання: Написати переконливе завершення промови.

Інструкція до виконання завдання:

- Здобувачі створюють завершальний абзац, у якому міститься заклик до дії або натхнення.
- Після цього кожен зачитує своє завершення для групи.
- Оцінка сили завершального посилу та його впливу на аудиторію.

Етап 6. Виступ і зворотний зв'язок

Завдання: Презентація повноцінної промови перед групою.

Інструкція до виконання завдання:

- Кожен здобувач має 3-5 хвилин, щоб виступити з підготовленою промовою.
- Інші здобувачі виступають у ролі аудиторії та дають зворотний зв'язок.
- Після кожного виступу обговорюються такі аспекти: структура промови; емоційний вплив; переконливість і використання риторичних прийомів.

Семінарське заняття 6. Основні принципи успішної презентації.

Мета: Ознайомити здобувачів з ключовими принципами підготовки та проведення ефективних презентацій. Навчити здобувачів правильно структурувати інформацію, використовувати візуальні матеріали, залучати аудиторію та вдосконалити свої навички публічних виступів.

Структура заняття:

Етап 1. Структура успішної презентації

Завдання: Ознайомити здобувачів із базовою структурою презентації.

Основні частини презентації:

Вступна частина презентації передбачає такі етапи:

привітання, вступні зауваження; пояснення мети презентації; огляд основних етапів презентації, використання допоміжних засобів; пропозиція ставити запитання після або під час презентації.

Основна частина становить 70-85 % презентації. Завдання її - схарактеризувати ситуацію, подати можливі засоби для її покращання й обов'язково запропонувати власний варіант її реалізації.

Резюме підсумовує сказане, ущільнює зміст і свідчить про те, що презентація наближається до завершення.

Висновок - вихід з контакту, завершення спілкування.

Інструкція до виконання завдання:

Придумайте власні приклади для кожної частини презентації на обрану вами тему (новий продукт, послуга, стартап тощо).

Етап 2. Візуальні матеріали

Завдання: Показати, як правильно використовувати візуальні матеріали для підсилення презентації.

Ключові принципи:

Слайди мають бути лаконічними (одна думка на слайд).

Використання візуальних елементів (діаграм, зображень) для кращого сприйняття.

Баланс тексту та візуалізації (уникайте перевантаження текстом).

Інструкція до виконання завдання:

- Здобувачі створюють один слайд з основною тезою своєї презентації та підбирають відповідні візуальні матеріали (графіки, зображення).

- Обговорення та зворотний зв'язок від групи щодо зрозумілості слайдів.

Етап 3. Практична презентація

Завдання: Провести короткі презентації з використанням усіх вивчених принципів.

Інструкція до виконання завдання:

Кожен здобувач готує 5-хвилинну презентацію на вибрану тему використовуючи будь-який ресурс.

Презентації проводяться перед групою.

Перелік тем:

1. Офісним працівникам дрес-код не потрібен
2. Чому особисті кордони важливі?
3. Тайм-менеджмент
4. Тринадцять - щасливе число
5. 10 способів дратувати батьків
6. Ідеї для подорожей на весняні канікули
7. Про тріумф волі - приклади героїчних вчинків
8. Правила успішного проходження інтерв'ю
9. Як видатні лідери надихають діяти
10. Комп'ютерні ігри можуть змінити світ на краще
11. Несерйозне ставлення до серйозних речей
12. Made in Ukraine
13. 8 причин, чому варто читати книги

Після кожної презентації група та викладач дають зворотний зв'язок за такими критеріями: структура, зрозумілість, ефективність візуальних матеріалів, залучення аудиторії та невербальна комунікація.

Семінарське заняття 7. Основні принципи успішної відеопрезентації.

Завдання. Ознайомитися з основними принципами створення успішних відеопрезентацій та застосувати їх на практиці для створення власного проєкту.

Інструкція до виконання завдання:

1. **Виберіть продукт або послугу для презентації:**

Це може бути будь-який товар чи послуга, наприклад, новий пральний порошок, пілосос, гаджет, косметичний продукт, мобільний додаток або щось інше на ваш вибір.

2. **Замовте текст у ChatGPT:**

- Використовуйте ChatGPT для створення тексту, який ви використовуватимете для презентації. Ви можете попросити написати опис продукту, його ключові переваги та унікальні риси.

- Подумайте, як текст має підходити до вашої цільової аудиторії: які проблеми він вирішує, чим виділяється серед конкурентів, чому його варто придбати або спробувати.

3. **Опрацювання тексту для відео:**

- Після отримання тексту від ChatGPT адаптуйте його для відео-презентації. Сформулюйте чіткі, короткі речення, які добре звучатимуть у голосовому супроводі.

- Додайте елементи, що привернуть увагу: риторичні запитання, сильні заклики до дії, цікаві факти про продукт.

4. **Створення відео-презентації:**

- Оберіть платформу для створення відео (наприклад, PowerPoint, Canva, Prezi, iMovie або будь-який онлайн-редактор відео).

- Використайте отриманий текст як основу для слайдів або візуального оформлення відео. Додайте зображення продукту, графіку, анімації та звук.

- При бажанні ви можете додати голосовий супровід (наприклад, начитати текст або використати синтезований голос).

Після кожного виступу обговорюються такі аспекти:

- Чи був текст достатньо переконливим та зрозумілим?
- Чи добре викладені ключові переваги продукту або ідеї?
- Що можна покращити у візуальних елементах, голосовому супроводі або загальній структурі?

- Що можна додати для більшої ефективності (наприклад, приклади реального використання продукту, відгуки)?
- Запропонувати шляхи покращення презентаційних навичок.
- Вивчити можливості інших інструментів для створення більш професійних відео чи презентацій.

Семінарське заняття 8. Я-бренд: правила професійного позиціонування.

Мета: Навчити здобувачів основам створення та розвитку особистого бренду для успішного професійного позиціонування. Ознайомити з ключовими стратегіями просування себе як експерта у своїй галузі, побудови репутації та використання особистих сильних сторін для досягнення кар'єрних цілей.

Структура заняття:

Етап 1. Створення товару та розробка логотипу з аналізом колористики

Завдання: Навчитися створювати унікальні товари та розробляти для них ефективні логотипи, враховуючи психологію кольору. Це завдання спрямоване на розвиток вміння формувати візуальний образ продукту, який приваблюватиме цільову аудиторію та викликатиме правильні емоційні асоціації.

Інструкція до виконання завдання:

1. **Придумайте новий товар:**
 - Виберіть будь-який вигаданий або реальний товар, який ви хочете представити на ринку. Це може бути будь-що: новий напій, гаджет, аксесуар, одяг тощо.
 - Опис товару повинен включати:
 - Назву товару.
 - Цільову аудиторію (для кого цей продукт).
 - Основну функцію або призначення продукту.

2. **Розробіть логотип:**

- Створіть логотип, який представлятиме ваш товар. Логотип має бути простим, але водночас таким, що добре відображає сутність продукту та приваблює цільову аудиторію.

- Логотип може включати текстові елементи (назва товару), символічні зображення або абстрактні елементи.

- Ви можете створити логотип за допомогою будь-якого графічного редактора (Canva, Adobe Illustrator, Figma тощо).

3. **Проаналізуйте колористику:**

- Оберіть кольори для вашого логотипу, враховуючи психологію кольору та його вплив на сприйняття споживачами.

- Проведіть аналіз обраних кольорів і поясніть:

- Чому ці кольори підходять для вашого продукту?
- Які емоції або асоціації вони викликають у потенційних покупців?

- Як кольори логотипу впливають на цільову аудиторію та чому саме вони здатні привернути увагу?

4. **Форма звіту:**

- Опис товару (назва, призначення, цільова аудиторія).

- Логотип у форматі зображення (PNG, JPEG, або PDF).

- Короткий опис процесу розробки логотипу (чому ви вибрали саме такі форми, шрифти, стилі).

- Аналіз колористики (пояснення вибору кольорів та їхнього впливу на сприйняття товару).

Семінарське заняття 9. Ребрендинг існуючого бренду

Завдання: Навчитися створювати нову візуальну ідентичність для існуючого бренду через процес ребрендингу. Завдання допоможе зрозуміти, як ребрендинг може змінити сприйняття бренду та покращити його позицію

на ринку, а також як правильно використовувати колористику та візуальні елементи для досягнення бажаного ефекту.

Інструкція до виконання завдання:

□ Обрати існуючий бренд:

- Виберіть будь-який відомий бренд (глобальний або локальний), який на вашу думку потребує оновлення свого іміджу.
- Дослідіть його поточну візуальну ідентичність: логотип, кольори, шрифти, стиль комунікації з клієнтами.

□ Аналіз поточного стану бренду:

- Проаналізуйте, що саме потребує змін у бренді. Чи це застарілий логотип, невідповідність кольорів новій стратегії бренду, або зміна позиціонування на ринку.
- Визначте, які цілі ставить компанія перед ребрендингом (залучення нової аудиторії, підвищення впізнаваності, зміна сприйняття бренду тощо).

□ Створіть нову концепцію бренду:

- Розробіть оновлену версію логотипу бренду. Ви можете змінити стиль, шрифт, кольори або символіку, зберігаючи зв'язок з оригінальним образом бренду.
- Розробіть нову кольорову гаму для бренду, враховуючи психологію кольору. Поясніть, чому обрані кольори підходять для оновленого бренду і як вони допоможуть досягти бажаних результатів.
- Запропонуйте зміни в стилі комунікації бренду: можливо, оновлене позиціонування потребує нових підходів у взаємодії з клієнтами.

□ Аналіз колористики та візуальної ідентичності:

- Проведіть детальний аналіз обраних кольорів, шрифтів і візуальних елементів.
- Поясніть, як кожен елемент нової ідентичності сприятиме досягненню маркетингових цілей бренду.

- Опишіть, як новий логотип і кольорова гама покращать впізнаваність бренду серед цільової аудиторії.

Семінарське заняття 10. Аналіз резюме.

Мета: Навчитися аналізувати резюме, виявляти в них типові помилки, пропонувати покращення та виправляти недоліки.

Структура заняття:

Етап 1. Аналіз і покращення резюме

Завдання: Навчитися аналізувати резюме, виявляти в них типові помилки, пропонувати покращення та виправляти недоліки.

Інструкція до виконання завдання:

1. Пошук резюме:

- Перегляньте кілька популярних сайтів для пошуку роботи та працевлаштування (наприклад, LinkedIn, Work.ua, Rabota.ua або інші).
- Знайдіть кілька прикладів резюме, які, на вашу думку, написані неефективно або містять помилки (граматичні, стилістичні, логічні або помилки в форматуванні).

2. Аналіз резюме:

- Визначте ключові недоліки резюме. Це можуть бути:
 - Граматичні та орфографічні помилки.
 - Погана структура або організація інформації (нечіткий або заплутаний формат).
 - Відсутність чіткого опису досвіду роботи або ключових навичок.
 - Неактуальні або застарілі відомості.
 - Відсутність досягнень або конкретних результатів у попередній діяльності.
 - Поганий дизайн або непридатний формат резюме.

3. Виправлення помилок:

- Запропонуйте свої виправлення для кожного знайденого недоліку.

- Виправте граматичні та стилістичні помилки.
- Переформулюйте або уточніть описи досвіду роботи та навичок.
- Додайте або змініть структуру резюме для більшої зручності та чіткості.
- Додайте конкретні результати роботи, якщо вони відсутні (наприклад, цифри, досягнення, проекти).
- Оптимізуйте дизайн резюме, використовуючи чіткі заголовки, лаконічні пункти та зрозумілий формат.

Семінарське заняття 11. Резюме VS супровідний лист.

Мета: Навчити здобувачів розрізняти функції та структуру резюме і супровідного листа. Пояснити, як ці документи доповнюють одне одного та як використовувати їх для успішного працевлаштування. Підготувати здобувачів до написання ефективних резюме та супровідних листів, які привернуть увагу роботодавців.

Етап 1. Резюме: структура і зміст

Завдання: Навчити здобувачів правильно структурувати резюме та виділяти ключові моменти, які зацікавлять роботодавця.

Формати резюме:

- резюме зі зворотнім хронологічним порядком місць роботи;
- функціональне резюме з акцентом на досвід і навички;
- комбіноване резюме, яке включає в себе два попередніх формата;
- таргетоване резюме на конкретну вакансію.

Структура резюме:

- Персональні та контактні дані
- Ключові компетенції/мета
- Навички
- Досвід роботи

- Освіта
- Додаткова інформація

Інструкція до виконання завдання:

Здобувачі створюють е резюме, використовуючи запропоновану структуру та обираючи будь-який формат.

Зворотний зв'язок від інших здобувачів та викладача щодо зрозумілості та повноти резюме.

Етап 2. Супровідний лист: як правильно написати

Завдання: Пояснити здобувачам основні елементи супровідного листа та навчити писати його персоналізовано під вакансію.

Ключові елементи супровідного листа:

Вступ: привітання та причина звернення (яка позиція вас цікавить).

Основна частина: короткий опис вашого досвіду і навичок, що роблять вас підходящим кандидатом на цю посаду.

Мотивація: чому ви хочете працювати саме в цій компанії та на цій посаді.

Заключення: заклик до дії (наприклад, прохання про співбесіду) і вдячність за увагу.

Інструкція до виконання завдання:

Здобувачі пишуть супровідний лист на основі конкретної вакансії, використовуючи запропоновану структуру.

Етап 3. Персоналізація і адаптація під вакансію

Завдання: Навчити здобувачів адаптувати резюме та супровідний лист під конкретні вакансії.

Ключові моменти:

Як виділяти ключові слова з опису вакансії.

Як підкреслити відповідні навички у резюме.

Як персоналізувати супровідний лист під конкретну компанію.

Інструкція до виконання завдання:

Здобувачі беруть своє резюме і супровідний лист, адаптують їх під конкретну вакансію (вакансія на вибір).

Презентація адаптованих версій перед групою і обговорення.

Семінарське заняття 12-14. Цифрові технології та соціальні мережі для професійного позиціонування в умовах євроінтеграції.

Мета: Ознайомити здобувачів із можливостями цифрових технологій та соціальних мереж для професійного розвитку та позиціонування в умовах євроінтеграції. Розвинути навички створення та просування особистого бренду в цифровому середовищі.

Структура заняття:

Етап 1. Розробка концепції особистого бренду

Інструкція до виконання завдання:

- **Вибір ніші:**

- Визначте, в якій сфері ви хочете працювати (наприклад, ІТ, маркетинг, креативні послуги, освіта, бізнес).

- Запишіть кілька ключових слів, які описують вашу нішу.

- **Визначення цільової аудиторії:**

- Опишіть, хто є вашими потенційними клієнтами або підписниками. Які у них інтереси? Які проблеми ви можете допомогти їм вирішити?

- Створіть портрет вашого ідеального підписника (вік, стать, професія, інтереси).

- **Створення Унікальної Торгової Пропозиції (УТП):**

- Визначте, що робить вас унікальним у вашій сфері. Які ваші сильні сторони? Які навички та знання ви можете запропонувати?

- Запишіть коротке речення, яке підсумовує вашу УТП.

- **Розробка візуальної ідентичності:**

- Створіть логотип (можна використати онлайн-інструменти, такі як Canva).

- Визначте кольорову гаму, яка відображає ваш стиль.
- Оберіть шрифти, які ви будете використовувати в комунікаціях.

Етап 2. Створення профілів у соціальних мережах

Інструкція до виконання завдання:

- **Вибір платформ:**

- Оберіть одну або кілька платформ, які найкраще підходять для вашої цільової аудиторії (LinkedIn, Instagram, Facebook, Twitter).

- **Створення профілів:**

- Зареєструйте акаунт у вибраних соціальних мережах.

- Заповніть усі необхідні поля:

- **Ім'я:** Використовуйте ваше справжнє ім'я або ім'я вашого бренду.

- **Опис:** Напишіть короткий опис, що підкреслює вашу концепцію бренду та УТП.

- **Контактна інформація:** Додайте електронну пошту або посилання на вебсайт.

- **Завантаження зображень:**

- Додайте профільне зображення (логотип або ваше фото).

- Оберіть фонове зображення, яке відповідає вашій візуальній ідентичності.

Етап 3. Створення контенту

Інструкція до виконання завдання:

- **Планування контенту:**

- Розробіть контент-план на один тиждень або місяць.

- Визначте теми, які ви хочете висвітлити, і типи контенту (пости, статті, відео).

- **Типи контенту:**

- **Освітній:** Поради, навчальні матеріали, інфографіка.

- **Розважальний:** Меми, цікаві факти, особисті історії.
- **Промоційний:** Інформація про ваші послуги, спеціальні пропозиції.
- **Створення контенту:**
 - Використовуйте графічні редактори (Canva, Adobe Spark) для створення візуального контенту.
 - Напишіть тексти для постів, намагаючись дотримуватися обраного стилю та тону комунікації.
 - Запишіть короткі відео (за потреби), щоб демонструвати ваші послуги або ділитися порадами.
- **Публікація контенту:**
 - Використовуйте планувальники (як Hootsuite або Buffer) для автоматизації публікацій.
 - Дотримуйтеся графіка публікацій, щоб утримувати інтерес вашої аудиторії.

Рекомендована література

Основна:

1. Байдулін В. Б., Злочевська Л. С., Торчевська Н. В. Як планувати власну професійну кар'єру: методичні рекомендації для учнів ПТНЗ. Київ : ПІТО НАПН України, 2019. – 80 с.
2. Левченко О. М. Коваль І. В., Завадський І. О. Основи створення комп'ютерних презентацій: навч. посіб. К. : Вид. група ВНУ, 2009. – 368 с.
3. Лозовецька В.Т. Професійна кар'єра особистості в сучасних умовах: монографія. Київ, 2015. – 279 с.
4. Малевич Л.Д. Методичні вказівки до практичних занять і самостійної роботи з навчальної дисципліни «Ефективна комунікація в професійній діяльності» для здобувачів вищої освіти всіх спеціальностей НУВГП. Рівне, 2019. – 42с.

Додаткова:

1. Онищенко М. Презентація як засіб відтворення ідеї. Збірник наукових праць. Харків, 2017. Випуск 26. – С. 43-46.
2. Сучасні технології публічних презентацій. Методичні вказівки до практичних занять та самостійної роботи для здобувачів вищої освіти освітнього ступеня «бакалавр» галузі знань 28 «Публічне управління та адміністрування» спеціальності 281 «Публічне управління та адміністрування» всіх форм навчання / Укл.: Г.В. Старченко. Чернігів: НУ «Чернігівська політехніка», 2021.– 39 с.
3. Траут Дж., Рівкін С. Диференційоюся або помри Виживання в епоху вбівчої конкуренції. м. Харків: Фабула, 2019. 240 с
4. Mehrabian Albert. Relationships among nine general approaches to personality description. Journal of psychology. Vol. 129. 1995. – P. 565-581.
5. Catherine Kaputa. You Are a Brand!: How Smart People Brand Themselves for Business Success. 2010.240 p.

Інтернет ресурси:

1. Біловодська О.А., Пузікова М.В. Аналіз і оцінка персонального брендингу в умовах підвищення професійного успіху особистості. URL: https://mmi.fem.sumdu.edu.ua/sites/default/files/mmi2011_4_1_67_74.pdf
2. Бренд & Брендинг. Можливості та небезпеки. URL: http://uam.in.ua/ukr/content/mark_osvita/trenings/04_brand_and_brending.php
3. Гайд по презентаціях: які бувають, для чого потрібні і як правильно оформляти. URL: <https://aggr.university/gajd-po-prezentaciyax-yaki-buvayut-dlya-chogo-potribni-i-yak-pravilno-oformlyati/>
4. Гуревич Р. С. Кадемія М. Ю. Інформаційно-комунікаційні технології в сучасній професійній освіті. URL: <http://www.tmpe.gb7.ru/docs/1/Gurevich.pdf>
5. Я – бренд: правила професійного позиціонування. URL: <http://practicum.space/ya-brend/>
6. Як збудувати особистий бренд у соціальній мережі. URL: https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwj4wMje5db_AhWVz4sKHXewCXg4ChAWegQIDBAB&url=https%3A%2F%2Fspeka.media%2Fdnk-vasogo-biznesu-yak-frilanseru-pobuduvati-profesiinii-brend-p2n5rp&usg=AOvVaw1bszBjE_UQCndX-2iMaBuu&opi=89978449
7. Definition of a Personal Brand vs. Personal Branding. URL: <https://personalbrand.com/definition/>
8. The Definitive Guide to Personal Branding. URL: <https://brandyourself.com/definitive-guide-to-personal-branding>
9. Personal Branding on Social Media. URL: <https://www.forbes.com/sites/sujanpatel/2016/11/12/9-ways-to-use-social-media-to-build-your-personal-brand/>
10. The Importance of Personal Branding in the Digital Age. URL: <https://iamjustinbrenner.com/the-importance-of-personal-branding-in-the-digital-age/#:~:text=In%20a%20nutshell%2C%20it%27s%20how,audience%20in%20the%20digital%20era.>