

Вінницький національний медичний університет ім. М.І. Пирогова

Кафедра менеджменту та маркетингу

Презентація вибіркової дисципліни

# Особистий бренд лікаря





## Галузь знань, спеціальність, освітній рівень

*Галузь знань* – 07 “Управління та адміністрування”

*Спеціальність* – 073 “Менеджмент”

*Освітній рівень* – другий (магістерський)

*Форма навчання* – денна, заочна



## Інформаційний обсяг навчальної дисципліни



Вибіркова навчальна дисципліна ВК 1.8  
Загальний обсяг навчального часу – 90 год.  
(3 кредити ECTS):  
4 год. – лекційні заняття,  
46 год. – практичні заняття,  
4 год. – самостійна робота здобувача.  
Дисципліна вивчається у 2-му семестрі.  
Форма підсумкового контролю – залік.



## Мета та завдання навчальної дисципліни

**Предметом** навчальної дисципліни є технології, прийоми, методи та інструменти створення та просування персонального бренду.

**Метою** викладання даної навчальної дисципліни є формування у студентів компетентностей щодо формування персонального бренду з метою підвищення ефективності взаємодії з зовнішнім середовищем та досягнення фінансової свободи і формування системи знань щодо сучасних підходів, правил та принципів розробки власної стратегії професійного розвитку, створення особистого та корпоративного бренду, застосування методів впливу на особистість, комунікації, соціальних мереж для цілей реалізації персональної стратегії, побудови кар'єри.

**Основними завданнями є:** засвоїти основні правила побудови персонального бренду; надати базові знання щодо сутності бренду, його структури, значень та розуміння основних комунікативних процесів по створенню та управлінню брендом; дати знання про концепцію особистого бренду та професійного самовизначення і зростання, специфіку побудови кар'єри та її управління; навчити визначати реальні цілі професійного зростання, використовувати технології побудови успішної кар'єри; показати сутність, форми та механізми формування брендової комунікації як інтегральної категорії, орієнтуватися у соціологічних та комунікативних вимірах бренду; навчити головним підходам та особливостям плануванню та моделюванню розробки ідентичності бренду; засвоїти навички аналітичної, креативної та інноваційної діяльності як по створенню так і по управлінню брендом; застосування отриманих знань для створення власного іміджу та управління ним.





## Структура навчальної дисципліни

- Тема 1. Бренд і брендинг у медичній індустрії
- Тема 2. Психологічні аспекти формування успішного особистісного бренду
- Тема 3. Формування персонального бренду лікаря
- Тема 4. Просування персонального бренду лікаря
- Тема 5. Формування особистого корпоративного іміджу лікаря
- Тема 6. Формування особистого корпоративного іміджу лікаря
- Тема 7. Комунікації в медичній сфері
- Тема 8. Просування медичного бренду в діджиталі
- Тема 9. Комунікація з пацієнтами
- Тема 10. Тайм-менеджмент в охороні здоров'я



## Результати навчання для дисципліни

### ЗНАТИ:

- понятійний та категорійний апарат щодо персонального бренду;
- сутність концепцій персонального бренду;
- основні принципи та підходи до побудови персонального бренду; критерії для візуалізації персонального бренду;
- засоби комунікації з аудиторією, які дозволять сформувати інформаційне поле бренду;
- критерії оцінки успішності бренду; сутність поняття іміджу та особливості ділового іміджу;
- технології побудови ділового іміджу; стратегії формування ділового іміджу.



### ВМІТИ:

- здійснювати обґрунтований вибір виду та концепції персонального бренду;
- формувати персональний бренд;
- здійснювати обґрунтований вибір інформації та способу її передачі під час просування персонального бренду;
- проводити позиціонування та публічну презентацію власного ділового іміджу;
- створювати вербальний, кінетичний та візуальний імідж ділової людини;
- здійснювати обґрунтований вибір оптимального стратегії формування ділового іміджу;
- здійснювати комплексне оцінювання імідж ефекту.



# Програмні компетентності

**Інтегральна (ІК):** Здатність розв'язувати складні задачі і проблеми у сфері менеджменту або у процесі навчання, що передбачають проведення досліджень та/або здійснення інновацій за невизначеності умов і вимог.

## **Загальні компетентності (ЗК):**

- ЗК 1. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.
- ЗК 2. Здатність до спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).
- ЗК 3. Навички використання інформаційних та комунікаційних технологій.
- ЗК 4. Здатність мотивувати людей та рухатися до спільної мети.
- ЗК 5. Здатність діяти на основі етичних міркувань (мотивів).
- ЗК 6. Здатність генерувати нові ідеї (креативність).
- ЗК 7. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.
- ЗК 8. Здатність застосовувати здобуті теоретичні знання на практиці.
- ЗК 9. Здатність використовувати державну та принаймні одну з іноземних мов в діловому спілкуванні.
- ЗК 11. Здатність презентувати ідеї, стратегії та результати проєктів для цільових аудиторій різного типу.
- ЗК 12. Здатність усвідомлювати рівні можливості та гендерні проблеми.
- ЗК 13. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.



# Програмні компетентності

- СК 1. Здатність обирати та використовувати концепції, методи та інструментарій менеджменту, в тому числі у відповідності до визначених цілей та міжнародних стандартів.
- СК 2. Здатність встановлювати цінності, бачення, місію, цілі та критерії, за якими організація визначає подальші напрями розвитку, розробляти і реалізовувати відповідні стратегії та плани.
- СК 3. Здатність до саморозвитку, навчання впродовж життя та ефективного самоменеджменту.
- СК 5. Здатність створювати та організовувати ефективні комунікації в процесі управління.
- СК 7. Здатність розробляти проекти, управляти ними, виявляти ініціативу та підприємливість.
- СК 8. Здатність використовувати психологічні технології роботи з персоналом.
- СК 9. Здатність аналізувати й структурувати проблеми організації, приймати ефективні управлінські рішення та забезпечувати їх реалізацію.
- СК 10. Здатність до управління організацією та її розвитком.
- СК 11. Здатність до реалізації державної політики в галузі охорони здоров'я, забезпечення впровадження основних засад медичної реформи в ЗОЗ, впровадження новітніх технологій медичної практики, підвищення доступності та якості медичної допомоги громадянам.
- СК 12. Здатність до вироблення ефективних механізмів управління персоналом в ЗОЗ, планування потреби в медичних та інших працівниках, забезпечення їх соціального захисту, розвитку та безпеки.
- СК 13. Здатність забезпечувати ефективне управління фінансовими ресурсами ЗОЗ, планувати потребу в медичних послугах та ресурсах з урахуванням чинників зовнішнього та внутрішнього середовища.
- СК 14. Здатність розробляти варіанти стратегій на ринку охорони здоров'я, політик якості надання медичних послуг з метою збереження та зміцнення здоров'я населення та оцінювати їх ефективність.
- СК 15. Застосовувати основні принципи функціонування організації в господарській діяльності, маркетингу, фінансах та управлінні.
- СК 16. Застосовувати знання про організацію та фінансування медичної допомоги на комплексній основі.
- СК 17. Оцінювати правові, соціальні, екологічні, технологічні, соціальні, політичні, економічні та культурні особливості середовища ведення бізнесу в охороні здоров'я.
- СК 18. Здатність розробляти заходи з адвокації та комунікації у сфері охорони здоров'я.

