

Вінницький національний медичний університет ім. М.І. Пирогова
Навчально-науковий Інститут громадського здоров'я, біології,
контролю та профілактики хвороб
Кафедра менеджменту та маркетингу

Презентація вибіркової дисципліни

Особистий бренд лікаря



Галузь знань, спеціальність, освітній рівень

Галузь знань – D “Бізнес, адміністрування та право”

Спеціальність – D3 “Менеджмент”

Освітній рівень – другий (магістерський)

Форма навчання – денна, заочна



Інформаційний обсяг навчальної дисципліни



Вибіркова навчальна дисципліна Загальний обсяг навчального часу – 90 год.

(3 кредити ECTS):

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.

ДЯКУЄМО ЗА УВАГУ!



**Підготовлено доцентом кафедри менеджменту та маркетингу
к.е.н. Інною ЛЕПЕТАН**