

СЕКЦІЯ 6 . МІЖКУЛЬТУРНІ КОМУНІКАЦІЇ ТА ДІЛОВЕ СПІЛКУВАННЯ

Вікторія Бучинська
Західноукраїнський національний університет
м.Тернопіль

ВАЖЛИВІСТЬ ФОРМУВАННЯ ПЕРСОНАЛЬНОГО БРЕНДИНГУ ФАХІВЦЯ У СУЧАСНОМУ МІЖКУЛЬТУРНОМУ СЕРЕДОВИЩІ

Персональний брендинг - це процес створення і управління власним образом, ідентичністю та репутацією з метою досягнення професійних та особистих цілей. Це аналогія до бренду компанії, але зосереджена на індивідуальних характеристиках, які роблять кожну людину унікальною. Основна ідея полягає в тому, щоб своїм власним стилем, цінностями, знаннями, навичками та іміджем підсилити свою привабливість для роботодавців, клієнтів, партнерів та інших зацікавлених сторін. Персональний брендинг може включати в себе різноманітні елементи, такі як активна участь у соціальних мережах, створення особистого веб-сайту, публікації у фахових виданнях, виступи на публічних заходах, розвиток мережі контактів тощо. Він дозволяє людині побудувати свою унікальну марку, яка допоможе виокремитися серед конкурентів і забезпечити успіх у кар'єрі або бізнесі.

У сучасному міжкультурному середовищі формування персонального брендингу для фахівця набуває особливої важливості і обумовлене певними причинами. Завдяки глобалізації, ми взаємодіємо з людьми з різних культур та країн щодня. Персональний бренд допомагає вибудувати свою унікальну ідентичність, яка буде зрозумілою та привабливою для різноманітності аудиторії. Створення сильного персонального бренду сприяє підвищенню рівня довіри до фахівця в міжкультурному середовищі. Якщо люди відчують, що вони знають і розуміють вас, вони будуть більш схильні довіряти вам та використовувати ваші послуги або продукти.

У світі, де конкуренція за ресурси та увагу велика, власний бренд допомагає виділятися серед інших фахівців. Це дозволяє залучати нових можливостей, партнерів та клієнтів. Формування персонального брендингу сприяє розумінню та впровадженню культурних різноманітностей. Фахівець, який показує свою культурну відкритість та адаптивність, стає більш ефективним у взаємодії з різними культурами. Персональний бренд допомагає фахівцеві збудувати мережу зв'язків у різних культурах. Це відкриває нові можливості для співпраці, розвитку та обміну досвідом.

Отже, формування персонального брендингу - це постійний процес, який потребує часу, зусиль та постійного вдосконалення. В сучасному міжкультурному середовищі формування персонального брендингу є ключовим елементом успіху для фахівця, що дозволяє збудувати довіру, відзначитися серед

конкурентів та ефективно взаємодіяти з різноманітними аудиторіями. Формування сильного персонального брендингу дозволяє фахівцям сприяти взаєморозумінню та розвиватися як професіоналам.

Перелік використаних джерел:

1. Michael Beverland. Brand Management: Co-creating Meaningful Brands SAGE, 2018. 416 p.
2. Khedher, M. (2014). Personal branding phenomenon. International Journal of Information, Business and Management, 6(2) 29-40.
3. Brittany Hennessy “Building your personal brand in the age of social media” Kensington, 2018, 272p.
4. Gobble, M. M., & Blodgett, J. G. (2014). Your brand’s best friend: Harnessing the power of brand friendship for a competitive advantage. Journal of Brand Management, 21(5), 422-435.
5. Юрген Саленбахер. Креативний особистий брендинг. Харків: Вид-во «Ранок»: Фабула, 2019, - 240с.

Дарія Щуцька, Наталія Батрин
Західноукраїнський національний університет
м. Тернопіль

РОЛЬ СУЧАСНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ПРИ ВИКЛАДАННІ ФАХОВИХ ДИСЦИПЛІН У ВИЩІЙ ШКОЛІ

Технології ХХІ століття дозволяють урізноманітнити процес викладання та навчання, зробивши його доступнішим та цікавішим. Пандемія ковіду та повномасштабне вторгнення росії в Україну показало нам, що ми можемо навчатися у змішаній формі або повністю онлайн. У цьому випадку постає питання щодо якості та доступності викладання та сприйняття студентами інформації. Таким чином, інформаційні технології можуть стати невіддільною частиною сучасної системи освіти.

Основним критерієм використання інформаційних технологій є їхня новизна. З цією метою викладачі мають бути включені до інноваційної діяльності. Педагогічними інноваціями в навчальному процесі можуть бути такі, що стосуються змісту навчального матеріалу, технічних засобів, педагогічних технологій, методів тощо В умовах вимушеної дистанційної освіти, основним завдання викладача є не тільки надання студенту інформації, а й організація процесу доступу до неї і засобів її обробки.

Дистанційне навчання - це можливість зробити процес навчання більш яскравим і динамічним, воно дозволяє формувати глибші знання. Даний вид навчання сприяє створенню єдиного інформаційно-освітнього простору за допомогою Інтернет-технології, прямого і зворотного зв'язку викладача і здобувача освіти. Отримана в результаті спільної діяльності інформація стає особистим знанням студента, а викладач виконує роль наставника, який