

Білоцерківський національний аграрний університет
Економічний факультет
Кафедра підприємництва, торгівлі та біржової діяльності

| | |
|---|---|
|  | <p style="text-align: center;">СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «ТРЕНІНГ-КУРС З БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТУ»</p> <p style="text-align: center;">Галузь знань – 07 «Управління та адміністрування» Спеціальність – 073 «Менеджмент» Освітня програма – «Менеджмент»</p> |
| Рівень вищої освіти | другий (магістерський) |
| Компонент освітньої програми | вибірковий |
| Кількість кредитів ECTS / загальна кількість годин | 3 кредити / 90 годин |
| Семестр | 2 |
| Форма контролю | залік |
| Мова викладання | українська |
| Профайл викладача  | <p>Задорожна Руслана Павлівна Посада: доцент кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності Вчене звання: доцент Науковий ступінь: кандидат економічних наук Робоче місце: навчальний корпус № 4 (пл. Соборна, 8/1), 115 ауд. (кафедра підприємництва, торгівлі та біржової діяльності). E-mail: ruslana.zadorozhna@btsau.edu.ua</p> |
| Опис дисципліни | <p>Посилення ринкової конкуренції та боротьба за споживача актуалізують для товаровиробників необхідність забезпечити унікальність їх продукції, що в сучасних умовах надлишку товарної пропозиції є завданням нетривіальним. Одним із засобів його вирішення є використання інструментарію брендингу як маркетингової технології просування товарів на ринок, сутність якої полягає у формуванні в свідомості споживачів ціннісних характеристик та певних уявлень щодо пропонованого компанією товару чи послуги, пов'язаних з цим продуктом стійких асоціацій та емоційних реакцій на нього.</p> <p>Проте сфера застосування брендингу сьогодні є набагато ширшою, ніж створення лише продуктових брендів: вона охоплює також роботу з корпоративними, територіальними та персональним</p> |

| | |
|---|---|
| | <p>брендами, забезпечуючи їх власникам переваги, недосяжні для небренданих аналогів.</p> <p>Дисципліна «Тренінг-курс з бренд-менеджменту» націлена на формування у здобувачів вищої освіти структурованих знань щодо розроблення брендів різних видів та навичок їх практичного використання в процесі планування, організації та здійснення бренд-проекування.</p> |
| Передумови для вивчення дисципліни | Вибіркова навчальна дисципліна «Тренінг-курс з бренд-менеджменту» базується на знаннях таких дисциплін, як «Соціологія», «Маркетинг», «Менеджмент», «Комунікативний менеджмент», «Стратегічний менеджмент». |
| Мета вивчення дисципліни | Метою вивчення дисципліни «Тренінг-курс з бренд-менеджменту» є набуття знань та компетентностей в сфері створення та управління корпоративними, продуктовими, сервісними, географічними та персональними брендами. |
| Формат дисципліни | Для денної форми навчання дисципліна викладається в очному форматі, із застосуванням мультимедійних засобів. За необхідності (індивідуальні графіки, дистанційна форма навчання тощо) можуть використовуватись платформи Moodle, ZOOM. Формат проведення дисципліни є змішаним: поєднання традиційних форм навчання з елементами дистанційного навчання. |
| Очікувані результати навчання | <p>5.1. Вміти розробляти бренд-стратегії для зміцнення ринкових позицій організацій.</p> <p>7.1. Організувати та здійснювати ефективні комунікації всередині колективу, з представниками різних професійних груп в рамках реалізації брендингових проєктів.</p> <p>11.1. Забезпечувати особистий професійний розвиток шляхом формування персонального бренду.</p> |
| Структура курсу | <p style="text-align: center;"><i>Змістовий модуль 1.</i></p> <p style="text-align: center;">Теоретичні аспекти бренд-менеджменту</p> <p>Тема 1.1. Сутність та еволюція бренд-менеджменту</p> <p>Тема 1.2. Правова охорона знаків для товарів та послуг</p> <p>Тема 1.3. Основи стратегічного бренд-менеджменту</p> <p style="text-align: center;"><i>Змістовий модуль 2.</i></p> <p style="text-align: center;">Прикладні аспекти бренд-менеджменту</p> <p>Тема 2.1. Проєкування бренду</p> <p>Тема 2.2. Власні торговельні марки</p> <p>Тема 2.3. Просування бренду</p> <p>Тема 2.4. Територіальний брендинг</p> <p>Тема 2.5. Персональний брендинг</p> |
| Методи навчання | <p>Під час лекційного курсу застосовуються слайдові презентації у програмі Microsoft Office Power Point, дискусійне обговорення проблемних питань.</p> <p>Практичні заняття проводяться у вигляді семінарів-практикумів із заслуховуванням доповідей та презентацій; розглядом проблемних ситуацій, практичних кейсів; проведенням мозкових атак з використанням даних міжнародних консалтингових агенцій, компаній приватного сектора економіки, офіційних статистичних даних та даних маркетингових досліджень.</p> <p>Виконання самостійної та індивідуальної роботи передбачає використання дослідницького методу, методу самодіагностики,</p> |

| | підготовку презентацій, написання есе, опрацювання додаткових джерел, посилання на які розміщені в системі Moodle та самостійний пошук необхідної інформації в мережі Інтернет. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|-------------------|--------------------|-------------------|--------------------|------|---------------|-------------------------------------|----|----|----|----|----|-----|-----------------------|----------------|------------------------|--|-------|-------|--------|---|----------|------------|-------|---|-------|-------|---|------------|-------|---|-------|---|-------|----|--|--|------|---|---|--|
| Види контролю та критерії оцінювання | <p>Поточний контроль: активність в дискусії на лекційних заняттях, усне опитування, перевірка виконання практичних завдань (ситуаційних, командних проєктів, доповідей, презентацій), завдань для самостійної роботи, індивідуального науково-дослідного завдання. Модульний контроль проводиться у формі модульної контрольної роботи.</p> <p style="text-align: center;">Розподіл балів, що присвоюється здобувачам вищої освіти за підсумкового контролю «залік»</p> <table border="1" data-bbox="555 555 1457 712"> <thead> <tr> <th>Види робіт</th> <th>Лекції</th> <th>Практичні заняття</th> <th>Самостійна робота</th> <th>Модульний контроль</th> <th>ІНДЗ</th> <th>Загальний бал</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Максимально можлива кількість балів</td> <td>10</td> <td>30</td> <td>10</td> <td>40</td> <td>10</td> <td>100</td> </tr> </tbody> </table> <p style="text-align: center;">Шкала оцінювання успішності здобувачів вищої освіти</p> <table border="1" data-bbox="549 768 1457 1131"> <thead> <tr> <th rowspan="2">За 100-бальною шкалою</th> <th rowspan="2">За шкалою ECTS</th> <th colspan="2">За національною шкалою</th> </tr> <tr> <th>іспит</th> <th>залік</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>90–100</td> <td>A</td> <td>Відмінно</td> <td rowspan="5">Зараховано</td> </tr> <tr> <td>82–89</td> <td>B</td> <td>Добре</td> </tr> <tr> <td>75–81</td> <td>C</td> <td rowspan="3">Задовільно</td> </tr> <tr> <td>64–74</td> <td>D</td> </tr> <tr> <td>60–63</td> <td>E</td> </tr> <tr> <td>35–59</td> <td>FX</td> <td colspan="2">Незадовільно (не зараховано) з можливістю повторного складання</td> </tr> <tr> <td>1–34</td> <td>F</td> <td colspan="2">Незадовільно (не зараховано) з обов'язковим повторним вивченням</td> </tr> </tbody> </table> | Види робіт | Лекції | Практичні заняття | Самостійна робота | Модульний контроль | ІНДЗ | Загальний бал | Максимально можлива кількість балів | 10 | 30 | 10 | 40 | 10 | 100 | За 100-бальною шкалою | За шкалою ECTS | За національною шкалою | | іспит | залік | 90–100 | A | Відмінно | Зараховано | 82–89 | B | Добре | 75–81 | C | Задовільно | 64–74 | D | 60–63 | E | 35–59 | FX | Незадовільно (не зараховано) з можливістю повторного складання | | 1–34 | F | Незадовільно (не зараховано) з обов'язковим повторним вивченням | |
| Види робіт | Лекції | Практичні заняття | Самостійна робота | Модульний контроль | ІНДЗ | Загальний бал | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Максимально можлива кількість балів | 10 | 30 | 10 | 40 | 10 | 100 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| За 100-бальною шкалою | За шкалою ECTS | За національною шкалою | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | іспит | залік | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 90–100 | A | Відмінно | Зараховано | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 82–89 | B | Добре | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 75–81 | C | Задовільно | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 64–74 | D | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 60–63 | E | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 35–59 | FX | Незадовільно (не зараховано) з можливістю повторного складання | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1–34 | F | Незадовільно (не зараховано) з обов'язковим повторним вивченням | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Політика | <p>Політика щодо академічної доброчесності: очікується, що письмові роботи студентів будуть їх оригінальними дослідженнями, розрахунками чи міркуваннями. Виявлення ознак академічної недоброчесності в письмовій роботі студента (списування, відсутність посилань на використані джерела, фабрикація, фальсифікація, обман) є підставою для її незарахування викладачем. Положення про академічну доброчесність у Білоцерківському національному аграрному університеті розміщене на сайті університету https://cutt.ly/JErOhCw.</p> <p>Політика щодо відвідування занять: очікується, що студенти відвідають усі лекції і практичні заняття курсу. Студенти мають інформувати викладача про неможливість відвідати заняття. Відпрацювання пропущених занять згідно графіку консультацій викладача. За об'єктивних причин навчання може відбуватись в онлайн режимі.</p> <p>Політика щодо дедлайнів і перескладання: студенти мають дотримуватися термінів виконання усіх видів робіт.</p> <p>Політика щодо виконання завдань: позитивно оцінюється відповідальність, старанність, креативність.</p> | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Рекомендовані джерела інформації | <p style="text-align: center;">Основна література</p> <p>1. Бренд-менеджмент: вимір глобальний, вибір локальний: монографія / [Ромат Є.В., J. W. Wiktor, J. Sobura, K. Sanak-Kosmowska, Багорка М.О. та ін.]; за заг. ред. Є. В. Ромата. Київ:</p> | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

- Студцентр, 2021. 256 с.
2. Бренд-менеджмент: методичні рекомендації до самостійної роботи та дистанційного навчання здобувачів вищої освіти галузі знань 07 «Управління та адміністрування» спеціальності 073 «Менеджмент» / уклад. Л. В. Тешева. Харків: ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2022. 76 с.
 3. Задорожна Р. П. Проекти соціальної відповідальності компаній та їх роль в комунікації бренду. *Ефективна економіка*. 2021. № 1. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8536>
 4. Ромат Є. В. Бренд-менеджмент: опор. конспект лекцій. К: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2015. 90 с.
 5. Смерічевський С. Ф., Петропавловська С. Є., Радченко О. А. Бренд-менеджмент: навч. посіб. К.: НАУ, 2019. 156 с.
 6. Струтинська І. В. Бренд-менеджмент: теорія і практика: навч. посіб. Тернопіль: Принт-офіс, 2019. 204 с.