

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

	<p>СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «ТРЕНІНГ-КУРС З БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТУ»</p> <p>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
<p>Профайл викладача</p> 	<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, підготовку презентацій,</p>

	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>Розподіл балів, що присвоюється здобувачам вищої освіти за підсумкового контролю «залік»</p> <table border="1" data-bbox="555 555 1455 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>Шкала оцінювання успішності здобувачів вищої освіти</p> <table border="1" data-bbox="549 766 1455 1128"> <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 он-лайн 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> <p>Політика оцінювання: засоби та критерії оцінювання прописані в робочій програмі дисципліни, розміщеної на платформі E-навчання Білоцерківського НАУ (Moodle).</p>																																										

**Рекомендовані
джерела інформації**

Основна література

1. Аакер Д. Бренд-лидерство: новая концепция брендинга / Д.Аакер,; пер. с англ. Н. В. Кияченко, А. Н. Москвичева, Ю. А. Быстрова. М. : Изд. дом Гребенникова, 2013. 374 с.
2. Брендінг міст: досвід країн Вишеградської групи для України / За загальною ред. О. І. Соскіна. К.: Вид-во «Інститут трансформації суспільства», 2011. 80 с.
3. Бренд-менеджмент: теорія і практика: навч. посібник / укл.: І. В. Струтинська. Тернопіль: Прінт-офіс, 2015. 204 с.
4. Кендюхов О.В. Бренд-менеджмент: навч. посібник / О.В. Кендюхов, К.Ю. Ягельська, Д.С. Файвішенко. Донецьк: ДонНТУ, 2013. 459 с.
5. Смерічевський С.Ф., Петропавловська С.Є., Радченко О.А. Бренд-менеджмент: навч. посібник / за заг. ред. С. Ф. Смерічевський, С. Є. Петропавловська, О. А. Радченко. К. : НАУ, 2019. 156 с.