

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>Галузь знань – 07 «Управління та адміністрування» Спеціальність – 076 «Підприємництво та торгівля» Освітня програма – «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»</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 викладачів</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 персональними брендами, забезпечуючи їх власникам переваги, недосяжні для небренданих аналогів.</p> <p>Дисципліна «Тренінг-курс з бренд-менеджменту» націлена на</p>

	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.		
Передумови для вивчення дисципліни	Вибіркова навчальна дисципліна «Тренінг-курс з бренд-менеджменту» базується на знаннях таких дисциплін, як «Маркетинг», «Соціологія», «Основи підприємництва», «Товарознавство», «Торговельне підприємництво».		
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.		
Організація навчання обсяг дисципліни	Види занять		Загальна кількість годин
			денна
			заочна
	Лекції		16
Практичні/лабораторні		16	8
Самостійна робота		58	78
Формат дисципліни	Для денної форми навчання дисципліна викладається в очному форматі, із застосуванням мультимедійних засобів. За необхідності (індивідуальні графіки, дистанційна форма навчання тощо) можуть використані платформи Moodle, ZOOM. Формат проведення дисципліни є змішаним: поєднання традиційних форм навчання з елементами дистанційного навчання.		
Очікувані результати навчання	<ol style="list-style-type: none"> 1. Застосовувати бізнес-комунікації для підтримки взаємодії з представниками різних професійних груп в рамках реалізації брендингових проєктів. 2. Вміти розробляти бренд-стратегії для зміцнення ринкових позицій суб'єктів господарювання у сфері підприємництва, торгівлі та/або біржової діяльності. 3. Оцінювати продукцію, товари, послуги, а також процеси, що відбуваються в підприємницьких, торговельних та/або біржових структурах з точки зору розроблення відповідних товарних, сервісних чи корпоративних брендів, і робити відповідні висновки для прийняття управлінських рішень. 4. Розробляти і приймати рішення зі створення та розвитку брендів, спрямовані на забезпечення ефективності діяльності та підвищення конкурентоспроможності суб'єктів господарювання у сфері підприємницької, торговельної та/або біржової діяльності. 		
Структура курсу	<i>Змістовий модуль 1. Теоретичні аспекти бренд-менеджменту</i> Тема 1.1. Сутність та еволюція бренд-менеджменту Тема 1.2. Правова охорона знаків для товарів та послуг Тема 1.3. Основи стратегічного бренд-менеджменту <i>Змістовий модуль 2. Прикладні аспекти бренд-менеджменту</i> Тема 2.1. Проектування бренду Тема 2.2. Власні торговельні марки Тема 2.3. Просування бренду Тема 2.4. Територіальний брендинг Тема 2.5. Персональний брендинг		
Методи навчання	Під час лекційного курсу застосовуються слайдові презентації у програмі Microsoft Office Power Point, дискусійне обговорення проблемних питань.		

	<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, написання есе, опрацювання додаткових джерел, посилання на які розміщені в системі Moodle та самостійний пошук необхідної інформації в мережі Інтернет.</p>
<p>Політика</p>	<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.</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 дотримуватись 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 Е-навчання Білоцерківського НАУ (Moodle).</p>
<p>Рекомендовані джерела інформації</p>	<p style="text-align: center;">Базова література</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Бренд-менеджмент: навчальний посібник // С. Ф. Смерічевський, С. Є. Петропавловська, О. А. Радченко. К. : НАУ, 2019. 156 с. 2. 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 : Студцентр, 2021. 256 с. 3. 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. 4. Задорожна Р. П. Проекти соціальної відповідальності компаній та їх роль в комунікації бренду. Ефективна економіка. 2021. № 1. URL: http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=8536 5. Струтинська І.В. Бренд-менеджмент: теорія і практика: навч. посібник. Тернопіль: Прінт-офіс. 2019, 204 с. 6. Ромат Є. В. Бренд-менеджмент : опор. конспект лекцій / Є. В. Ромат. –К: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2015. 90 с.