

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

	СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «ТРЕНІНГ-КУРС З БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТУ» Галузь знань – 07 «Управління та адміністрування» Спеціальність – 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» Освітня програма – «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»
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 викладачів 	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
Опис дисципліни	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. 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

	<p>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 «Маркетинг», «Соціологія», «Основи підприємництва», «Товарознавство», «Торговельне підприємство».
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 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	<p><i>Змістовий модуль 1. Теоретичні аспекти бренд-менеджменту</i></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><i>Змістовий модуль 2. Прикладні аспекти бренд-менеджменту</i></p> <p>Тема 2.1. Проекування 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, проведенням мозкових атак з використанням даних міжнародних консалтингових агенцій, компаній приватного сектора</p>

	<p>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. 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: навчальний посібник // за заг. ред. С. Ф. Смерічевський, С. Є. Петропавловська, О. А. Радченко. К. : НАУ, 2019. 156 с.