

**ВІДОКРЕМЛЕНИЙ СТРУКТУРНИЙ ПІДРОЗДІЛ
ЗВО «ВІДКРИТИЙ МІЖНАРОДНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
РОЗВИТКУ ЛЮДИНИ «УКРАЇНА»
РІВНЕНСЬКИЙ ІНСТИТУТ»**

КАФЕДРА ЕКОНОМІКИ, ОБЛІКУ І ФІНАНСІВ

ЗАТВЕРДЖУЮ

Директор

_____ Т.О. Макух

«26» жовтня 2023 р.

СИЛАБУС

навчальної дисципліни

БК 2.1 БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТ

освітня програма

«Економіка»

освітнього рівня

Магістр

галузь знань

05 «Соціальні та поведінкові науки»

Спеціальність

051 «Економіка»

Обсяг, кредитів: 150 годин, 5 кредитів ЄКТС

Форма підсумкового контролю: залік

Рівне 2023 рік

**ІНФОРМАЦІЯ
ПРО ВИКЛАДАЧА ТА ДОПОМІЖНИХ ОСІБ**

Викладач	<i>Рубан Віра Миколаївна, кандидат економічних наук, доцент кафедри «Економіки, обліку і фінансів»</i>
Профайл викладача	https://vo.uu.edu.ua/user/profile.php?id=118173
Канали комунікації	<i>Телефон викладача: +380971595131 Електронна пошта: rubanvera@gmail.com Вайбер: +380971595131 Кабінет (електронний кабінет):</i>
Матеріали до курсу розміщені на сайті Інтернет-підтримки навчального процесу http://vo.ukraine.edu.ua/ за адресою	https://vo.uu.edu.ua/course/view.php?id=23146

ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Найменування показників	Галузь знань, спеціальність, спеціалізація, освітній ступінь / освітньо-кваліфікаційний рівень	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	заочна форма навчання
Загальний обсяг кредитів – 5	Галузь знань 05 Соціальні та поведінкові науки	Вид дисципліни вибіркова	
	Спеціальність 051 Економіка	Цикл підготовки загальний	
Модулів – 1		Рік підготовки:	
Змістових модулів – 1		1-й	1-й
Загальний обсяг годин – 150	Мова викладання, навчання та оцінювання: українська	Семестр	
		2-й	2-й
Тижневих годин для денної форми навчання: аудиторних – 3 самостійної роботи студента – 7	Освітній ступінь / освітньо-кваліфікаційний рівень: Другий (магістерський) рівень	24 год.	8 год.
		Практичні, семінарські	
		22 год.	6 год.
		Лабораторні	
		год.	год.
		Самостійна робота	
		104 год.	136 год.
		Індивідуальні завдання: год.	
Вид семестрового контролю: залік			

ПЕРЕДРЕКВІЗИТИ:

Навчальна дисципліна «Бренд-менеджмент» є вибірковою компонентою освітньої програми «Економіка» професійного циклу підготовки для студентів за галуззю знань 05 «Соціальні та поведінкові науки», спеціальністю 051 «Економіка». Вивчення дисципліни «Бренд-менеджмент» спрямоване на формування фахових компетенцій у сфері управління брендами шляхом розвитку в здобувачів освіти креативних здібностей, використання досягнень вітчизняної і зарубіжної науки, найкращого практичного досвіду, а також участі в реальних практичних дослідженнях і застосовуванні прогресивних методів та прийомів брендингу. Особлива увага приділяється оволодінню теоретичними знаннями та практичними навичками з питань створення і управління вартістю та капіталом брендів, формування інноваційних брендів на основі сучасних моделей та управління їх використанням.

ПОСТРЕКВІЗИТИ:

Маркетинговий менеджмент, Стратегічний маркетинг

Мета:

формування компетентностей в пізнанні теоретичних та методичних основ дисципліни, наукового обґрунтування технік і стратегій брендингу та практичне застосування набутих умінь та навичок у різних сферах економіки, а також на різних рівнях прийняття управлінських рішень.

Завдання:

- розкрити поняття, цілі та основні завдання бренд-менеджменту;
- провести аналіз історичних етапів формування концепції цінності бренду в Україні і світі;
- придбати теоретичні знання щодо сутності концепції бренд-менеджменту;
- придбати практичні навички проведення маркетингових досліджень при розробленні брендів;
- сформулювати й засвоїти навички проведення досліджень з оцінки ефективності бренду, критеріїв ефективності бренду та сутність інтерпретації результатів;
- закріпити отримані знання на основі практичних завдань тематичного курсу.

СТРУКТУРА ВИВЧЕННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Тематичний план

Назви змістових модулів і тем	Розподіл годин між видами робіт														Форми та методи контролю знань	
	денна форма							заочна форма								
	Усього	аудиторна					с.р.	Усього	аудиторна					с.р.		
		у тому числі							у тому числі							
л		сем	пр	лаб	інд	л			сем	пр	лаб	інд				
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	
Модуль 1																
Змістовий модуль 1. Теоретичні та практичні аспекти бренд-менеджменту																
Тема 1. Сутність та значення бренд-менеджменту	18	2					16	18							18	AP: CP: IP:
Тема 2. Ідентичність бренду	12	2		2			8	12							12	AP: CP: IP:
Тема 3. Підготовчий етап розробки бренду	12	2		2			8	12							12	AP: CP: IP:
Тема 4. Конструювання ідентичності бренду	12	2		2			8	12	2		2			8	AP: CP: IP:	
Тема 5. Основи управління брендом	12	2		2			8	12	2					10	AP: CP: IP:	
Тема 6. Розвиток бренду у сучасних умовах	12	2		2			8	12						12	AP: CP: IP:	
Тема 7. Комунікаційна підтримка бренду	12	2		2			8	12						12		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	
Тема 8. Формування та підтримка лояльності до бренду	12	2		2			8	12						12		
Тема 9. Концептуальна модель	12	2		2			8	12	2		2			8	AP: CP: IP:	

оцінювання ефективності управління брендом														
Тема 10. Капітал бренду як основний індикатор ефективності бренд-менеджменту	12	2		2			8	12	2				10	AP: CP: IP:
Тема 11. Аудит бренду та контроль капіталу марки	12	2		2			8	12					12	AP: CP: IP:
Тема 12. Методологія оцінювання ефективності управління брендом	12	2		2			8	12		2			10	AP: CP: IP:
Модульний контроль														
Усього годин	150	24		22			104	150	8		6		136	

Система оцінювання роботи здобувачів освіти упродовж семестру

Вид діяльності студента / аспіранта	Максимальна кількість балів за одиницю	Модуль 1		Модуль ...		Модуль n	
		кількість одиниць	максимальна кількість балів	кількість одиниць	максимальна кількість балів	кількість одиниць	максимальна кількість балів
I. Обов'язкові							
1.1. Відвідування лекцій	1						
1.2. Відвідування семінарських і практичних занять	1						
1.3. Робота на семінарському і практичному занятті	10						
1.4. Лабораторна робота (в тому числі допуск, виконання, захист)	10						
1.5. Виконання завдань для самостійної роботи	10						
1.6. Виконання модульної роботи	25						
1.7. Виконання індивідуальних завдань (ІНДЗ)	30						
Разом		-		-		-	

Максимальна кількість балів за обов'язкові види роботи: 50							
II. Вибіркові							
Виконання завдань для самостійного опрацювання							
2.1. Складання ситуаційних завдань із різних тем курсу	5						
2.2. Огляд літератури з конкретної тематики	5						
2.3. Складання ділової гри з конкретним прикладним матеріалом з будь-якої теми курсу	5						
2.4. Підготовка наукової статті з будь-якої теми курсу	10						
2.5. Участь у науковій студентській конференції	5						
2.6. Дослідження українського чи закордонного досвіду	5						
Разом		-		-		-	
Максимальна кількість балів за вибіркові види роботи: 10							
Всього балів за теоретичний і практичний курс: 60							

ФОРМИ І МЕТОДИ НАВЧАННЯ

1. За джерелом інформації:
 - словесні: лекція (традиційна, проблемна тощо) із застосуванням комп'ютерних інформаційних технологій (презентація PowerPoint), семінари, пояснення, розповідь, бесіда;
 - наочні: спостереження, ілюстрація, демонстрація;
 - практичні: вправи.
2. За логікою передачі і сприйняття навчальної інформації: індуктивні, дедуктивні, аналітичні, синтетичні.
3. За ступенем самостійності мислення: репродуктивні, пошукові, дослідницькі.
4. За ступенем керування навчальною діяльністю:
 - під керівництвом викладача;
 - самостійна робота студентів із книгою;
 - виконання індивідуальних навчальних проектів.

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Основна

1. Арестенко Т.В. Арестенко В.В., Гапоненко Т.М. Бренд-менеджмент: опорний конспект лекцій. Київ: «ЦП«КОМПРИНТ», 2014. 24 с.
2. Бренд-менеджмент. Навчально-методичний комплекс дисципліни : навч. посіб. / Н. В. Юдіна. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2020. 114 с. URL : <https://ela.kpi.ua/handle/123456789/35374>
3. Бренд-менеджмент: теорія і практика: навч. посіб. / укл.: І. В. Струтинська. Тернопіль : Принт-офіс, 2015. 204 с. URL : http://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/123456789/7116/6/Navchalno_metodychnyj_pidruch_nyk.pdf
4. Бренд-менеджмент: навчальний посібник. С.Ф. Смерічевський, С.Є. Петропавловська, О.А. Радченко; Міністерство освіти і науки України, Національний авіаційний університет. Київ: НАУ, 2019. 155 с.
5. Кендюхов О.В., Ягельська К.Ю., Файвішенко Д.С. Бренд-менеджмент: навч. посіб. Донецьк: ДВНЗ «ДонНТУ», 2013. 460 с.
6. Смерічевський С. Ф., Петропавловська С. Є., Радченко О. А. Бренд-менеджмент : навч. посіб. Київ : НАУ, 2019. 156 с.
7. Цимбалюк С. О. Управління брендом роботодавця: навч. посіб. Київ : КНЕУ, 2016. 258 с.
8. Чеботар С.І., Ларіна Я.С., Боняр С.М. Маркетингова товарна політика. К.: Преса України, 2012. 262 с.
9. Шевченко О. Л. Бренд-менеджмент. Київ : КНЕУ, 2010. 395 с.

10. Ястремська О. М., Ястремська О. О. Бренд-менеджмент: навч. посіб. Харків: Вид. ХНЕУ, 2010. 164с

Допоміжна

1. Бейлі С., Мілліган Е. Міфи про бренди; пер. з англ. Я.Машико. Харків: Вид-во «Ранок»: Фабула, 2020. 256 с.
2. Бікулов Д. Т., Головань О. О., Олійник О. М., Маркова С. В., Сухарева К. В., Чкан А. С. Бренд-менеджмент у сфері зовнішньоекономічної діяльності: навч. посіб. Запоріжжя: ЗНУ, 2020. 96 с.
3. Бойчук І. В., Козак І. В. Інтернет в маркетингу: програма курсу та конспект лекцій. Львів: Видавництво ЛКА, 2013. 112 с.
4. Виноградова О. В., Недопако Н. М. Маркетинг у соціальних мережах: навч. посіб. Київ: ДУТ, 2022. 202 с.
5. Кардаш В.Я. Маркетингова товарна політика: навч.-метод. посібник для самостійного вивчення дисципліни. К.: КНЕУ, 2018. 345 с.
6. Лук'янець Т. І. Маркетингова політика комунікацій: Навч. посібник. - 2-ге вид., доп. і перероб. К.: КНЕУ, 2009. 524 с.
7. Мороз О. В. Теорія сучасного брендингу: монографія. Вінниця: Універсум „Вінниця”, 2003. 104 с.
8. Окландер М., Кирносорова М. Маркетингова товарна політика: навч. посіб. Київ: ЦУЛ, 2019. 200 с.
9. Попов О. С., Мельников С.М. Брендінг: навч. посіб. Харків: ХАІ, 2019. 103 с.
10. Ястремська О. М., Тімонін О. М., Тімонін К. О. Бренди промислових підприємств: формування та ефективність використання: монографія. Харків: Вид. ХНЕУ, 2013. 244 с.

Інформаційні ресурси

1. Журнал «Маркетинг в Україні» <http://uam.in.ua/rus/projects/marketing-inua>
2. Маркетинговий портал <http://www.marketing-research.in.ua>
3. GfK Ukraine <http://www.gfk.ua/about-us/methods/cati/index.ua.html>
4. TNS Ukraine [<http://tns.sdv.com.ua/page3457.html?template=print>]
5. Українська Асоціація Маркетингу <http://uam.in.ua/>
6. Маркетинговий портал <http://www.marketing-research.in.ua>

САМОСТІЙНА РОБОТА ЗДОБУВАЧІВ ОСВІТИ
Теми самостійної роботи здобувачів освіти

№ з/п	Назва теми	Кількість Годин ДФН	Кількість Годин ЗФН
1	Сутність та значення бренд-менеджменту	16	18
2	Ідентичність бренду	8	12
3	Підготовчий етап розробки бренду	8	12
4	Конструювання ідентичності бренду	8	8
5	Основи управління брендом	8	10
6	Розвиток бренду у сучасних умовах	8	12
7	Комунікаційна підтримка бренду	8	12
8	Формування та підтримка лояльності до бренду	8	12
9	Концептуальна модель оцінювання ефективності управління брендом	8	8
10	Капітал бренду як основний індикатор ефективності бренд-менеджменту	8	10
11	Аудит бренду та контроль капіталу марки	8	12
12	Методологія оцінювання ефективності управління брендом	8	10
	Разом	104	136

КАРТА САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ ЗДОБУВАЧА ОСВІТИ

Змістовий модуль та теми курсу	Академічний контроль	Бали	Термін виконання (тижні)
ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ І. ТЕОРЕТИЧНІ ТА ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТУ			
Тема 1. Сутність та значення бренд-менеджменту (16 годин)	Індивідуальне заняття	1	I-II
Тема 2. Ідентичність бренду (8 годин)	індивідуальне заняття	1	II-III
Тема 3. Підготовчий етап розробки бренду (8 годин)	індивідуальне заняття	1	IV-V
Тема 4. Конструювання ідентичності бренду	індивідуальне заняття	1	IV-V
Тема 5. Основи управління брендом (8 годин)	індивідуальне заняття	1	IV-V
Тема 6. Розвиток бренду у сучасних умовах (8 годин)	індивідуальне заняття	1	IV-V
Тема 7. Комунікаційна підтримка бренду (8 годин)	індивідуальне заняття	1	V- VI
Тема 8. Формування та підтримка лояльності до бренду (8 годин)	індивідуальне заняття	1	VI-VII
Тема 9. Концептуальна модель оцінювання ефективності управління брендом (8 годин)	індивідуальне заняття	1	VII-VIII
Тема 10. Капітал бренду як основний індикатор ефективності бренд- менеджменту (8 годин)	індивідуальне заняття	1	VII-VIII
Тема 11. Аудит бренду та контроль капіталу марки (8 годин)	індивідуальне заняття	1	VII-VIII
Тема 12. Методологія оцінювання ефективності управління брендом (8 годин)	індивідуальне заняття	1	VII-VIII
Разом: 104 год.	Разом: 12 балів		

КОНТРОЛЬ І ОЦІНКА ЯКОСТІ НАВЧАННЯ

<p>Оцінювання досягнень здобувача освіти</p>	<p><i>Результати навчальної діяльності здобувачів освіти оцінюються за 100-бальною шкалою в кожному семестрі окремо.</i></p> <p><i>За результатами поточного, модульного та семестрового контролів виставляється підсумкова оцінка за 100-бальною шкалою, національною шкалою та шкалою ECTS.</i></p> <p><i>Модульний контроль: кількість балів, які необхідні для отримання відповідної оцінки за кожен змістовий модуль упродовж семестру.</i></p> <p><i>Семестровий (підсумковий) контроль: виставлення семестрової оцінки здобувача освітнім, які опрацювали теоретичні теми, практично засвоїли їх і мають позитивні результати, набрали необхідну кількість балів.</i></p> <p><i>Загальні критерії оцінювання успішності здобувачів освіти, які отримали за 4-бальною шкалою оцінки «відмінно», «добре», «задовільно», «незадовільно», подано в таблиці нижче.</i></p> <p><i>Кожний модуль включає бали за поточну роботу здобувача освіти на семінарських, практичних, лабораторних заняттях, виконання самостійної роботи, індивідуальну роботу, модульну контрольну роботу.</i></p> <p><i>Виконання модульних контрольних робіт здійснюється в режимі комп'ютерної діагностики або з використанням роздрукованих завдань.</i></p> <p><i>Реферативні дослідження та есе, які виконує студент за визначеною тематикою, обговорюються та захищаються на семінарських заняттях.</i></p> <p><i>Модульний контроль знань здобувачів освіти здійснюється після завершення вивчення навчального матеріалу модуля.</i></p>
--	--

Загальна оцінка з дисципліни: шкала оцінювання національна та ECTS

Оцінка за 100-бальною системою		Оцінка за національною шкалою		Оцінка за шкалою ECTS	
		екзамен	залік		
90 – 100	<i>відмінно</i>	5	<i>зараховано</i>	A	<i>відмінно</i>
82 – 89	<i>добре</i>	4		B	<i>добре (дуже добре)</i>
75 – 81	<i>добре</i>	4		C	<i>добре</i>
64 – 74	<i>задовільно</i>	3		D	<i>задовільно</i>
60 – 63	<i>задовільно</i>	3		E	<i>задовільно (достатньо)</i>
35 – 59	<i>незадовільно</i>	2	<i>не зараховано</i>	FX	<i>незадовільно з можливістю повторного складання</i>
1 – 34	<i>незадовільно</i>	2		F	<i>незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни</i>

Оцінка	Критерії оцінювання
«відмінно»	Ставиться за повні та міцні знання матеріалу в заданому обсязі, вміння вільно виконувати практичні завдання, передбачені навчальною програмою; за знання основної та додаткової літератури; за вияв креативності в розумінні і творчому використанні набутих знань та умінь.
«добре»	Ставиться за вияв студентом повних, систематичних знань із дисципліни, успішне виконання практичних завдань, засвоєння основної та додаткової літератури, здатність до самостійного поповнення та оновлення знань. Але у відповіді здобувача освіти наявні незначні помилки.
«задовільно»	Ставиться за вияв знання основного навчального матеріалу в обсязі, достатньому для подальшого навчання і майбутньої фахової діяльності, поверхову обізнаність з основною і додатковою літературою, передбаченою навчальною програмою. Можливі суттєві помилки у виконанні практичних завдань, але студент спроможний усунути їх із допомогою викладача.
«незадовільно»	Виставляється студентові, відповідь якого під час відтворення основного програмового матеріалу поверхова, фрагментарна, що зумовлюється початковими уявленнями про предмет вивчення. Таким чином, оцінка «незадовільно» ставиться студентові, який неспроможний до навчання чи виконання фахової діяльності після закінчення закладу вищої освіти без повторного навчання за програмою відповідної дисципліни.

ПОЛІТИКА НАВЧАЛЬНОГО КУРСУ

Крайні терміни складання та перескладання дисципліни	<i>Перескладання здійснюється відповідно до графіка</i>
Правила академічної доброчесності	<i>Перевірка навчальних робіт на плагіат (згідно з «Положенням про академічну доброчесність» і «Положенням про запобігання та виявлення академічного плагіату в наукових, навчально-методичних, кваліфікаційних та навчальних роботах»)</i>
Вимоги до відвідування	<i>Пропущені заняття (лікарняні, мобільність і т.ін.) можна відпрацювати, виконавши всі завдання, зазначені в інструкціях до практичних занять, переслати в електронному варіанті на електронну пошту. Здобувачі вищої освіти можуть отримати електронні презентації лекцій і самостійно ознайомитись із матеріалом при об'єктивних причинах пропуску занять.</i>

ПЕРЕВІРЕНО:

_____ (посада, звання)
_____ (підпис) _____ (прізвище та ініціали)
_____ 20__ р.