



СИЛАБУС ДИСЦИПЛІНИ

«Бренд-менеджмент»

Ступінь вищої освіти – Магістр

Спеціальність: 241 «Готельно-ресторанна справа»

Освітньо-професійна програма «Готельно-ресторанний бізнес»

Рік навчання: 2, семестр: 3

Форма навчання: денна, заочна

Кількість кредитів ЄКТС: 4

Мова викладання: українська

Лектор курсу

Балановська Тетяна Іванівна, кандидат економічних наук, професор, завідувач кафедри менеджменту ім. проф. Й.С. Завадського

Контактна інформація лектора (e-mail)

e-mail: balanovskaya@nubip.edu.ua

Сторінка курсу в eLearn

ОПИС ДИСЦИПЛІНИ

Метою навчальної дисципліни є формування у майбутніх фахівців комплексу теоретичних знань і практичних навичок щодо бренд-менеджменту, просування та розвитку брендів з погляду теорії взаємодії суб'єктів ринкових відносин. Завдання навчальної дисципліни – теоретична і практична підготовка здобувачів вищої освіти з основних аспектів теорії бренд-менеджменту; опанування головних принципів та механізмів організації бренд-менеджменту під час просування продукту; розширення знань про інтегрування інструментів комунікацій бренд-менеджменту; опанування основ моделювання розвитку бренду в готельно-ресторанному бізнесі; методів управління брендингом на внутрішньому та зовнішніх ринках та набуття навичок розробки стратегії розвитку бренду.

Компетентності ОП:

Інтегральна компетентність (ІК): здатність розв'язувати складні задачі дослідницького та/або інноваційного характеру готельно-ресторанної справи.

Загальні компетентності (ЗК):

ЗК3. Здатність до аналізу, оцінки, синтезу, генерування нових ідей.

Спеціальні (фахові) компетентності (СК):

СК4. Здатність створювати і впроваджувати продуктові, сервісні, організаційні, соціальні, управлінські, інфраструктурні, маркетингові інновації у господарську діяльність суб'єктів готельного та ресторанного бізнесу.

СК11. Здатність до самостійного опанування новими знаннями, використання інноваційних технологій у сфері готельного та ресторанного бізнесу.

СК12. Здатність інтегрувати знання та розв'язувати складні задачі готельно-ресторанної справи у мультидисциплінарних контекстах, у нових або незнайомих середовищах за наявності неповної або обмеженої інформації.

Програмні результати навчання (ПРН) ОП:

ПРН2. Вільно спілкуватись усно і письмово українською та англійською мовами при обговоренні професійних питань, досліджень та інновацій в сфері готельно-ресторанного бізнесу.

СТРУКТУРА КУРСУ

Тема	Години (лекції/ лабораторні, практичні, семінарські)	Результати навчання	Завдання	Оці- нюва ння
3 семестр				
Змістовий модуль 1				
Тема 1. Сутність та значення бренд-менеджменту. Класифікація брендів.	2/2	Розуміти основні аспекти бренд-менеджменту, формування та розвитку бренду. Знати основні поняття та категорії бренд-менеджменту; особливості стратегії позиціонування бренду; основні законодавчі положення бренд-менеджменту; моделі створення бренду; принципи організації робіт із брендингу. Вміти застосовувати на практиці підходи до створення брендів, брендингу та їх впливу на успіх продукту; аналізувати законодавчу базу; використовувати здобуті навички з підготовки моделей створення брендів та оцінювання їх потенціалу; розробляти типові схеми брендів для готельно-ресторанного бізнесу.	Підготовка доповідей, презентацій до семінарського заняття. Виконання практичного завдання, самостійної роботи в elearn.	15
Тема 2. Позиціонування та бренд-менеджмент.	2/2			20
Тема 3. Правові аспекти бренд-менеджменту.	2/2			15
Тема 4. Моделі формування та розвитку бренду.	4/4			20
Тест до модуля 1				30
Разом за змістовим модулем 1				100
Змістовий модуль 2				
Тема 5. Особливості управління брендингом.	2/2	Розуміти значення та особливості управління брендингом. Знати принципи організаційного моделювання в управлінні брендингом; переваги Інтернет-брендингу; стратегії розвитку бренду; структуру формування комунікації бренд-менеджменту; формування марочної стратегії та політики державного	Підготовка доповідей, презентацій до семінарського заняття. Виконання практичного завдання, самостійної роботи в elearn.	20
Тема 6. Інтернет-брендинг: розвиток бренду в глобальній мережі.	4/4			20
Тема 7. Сучасні комунікативні стратегії створення нових брендів.	2/2			15

Тема 8. Територіальний брендинг. Брендинг країни.	2/2	брендингу. Вміти приймати управлінські рішення та відповідати за них; просувати бренд готельно- ресторанного бізнесу в мережі Інтернет; використовувати сучасні комунікативні стратегії створення нових брендів; аналізувати взаємозв'язки між функціональними стратегіями підприємства для підготовки обґрунтованих управлінських рішень; аналізувати поведінку споживачів та їх вплив на формування попиту; здійснювати оцінку бренду територій.	15
Тест до модуля 2			30
Разом за змістовим модулем 2			100
Всього за навчальну роботу	0,7 · (R_{зм1} + R_{зм2}) R_{НР} = ----- 2		70
Підсумкова атестація (залік)			30
Всього за курс	R_{дис} = R_{НР} + R_{ат}		100

ПОЛІТИКА ОЦІНЮВАННЯ

<i>Політика щодо дедлайнів та перескладання:</i>	Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку. Перескладання модулів відбувається із дозволу викладачів, які забезпечують курс, за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний).
<i>Політика щодо академічної добросовісності:</i>	Списування (копіювання тексту) під час виконання письмових контрольних робіт та екзаменів заборонені. Користування мобільними пристроями допускається лише з дозволу викладача під час онлайн-тестування та підготовки практичних завдань. Самостійні роботи у вигляді доповідей, презентацій повинні мати коректні текстові посилання на використані інформаційні джерела.
<i>Політика щодо відвідування:</i>	Відвідування занять є обов'язковим. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, міжнародне стажування) навчання може відбуватись індивідуально в дистанційному режимі (у онлайн формі за погодженням із деканом факультету і лектором курсу).

ШКАЛА ОЦІНЮВАННЯ СТУДЕНТІВ

Рейтинг здобувача вищої освіти, бали	Оцінка національна за результати складання екзаменів
90-100	відмінно
74-89	добре
60-73	задовільно
0-59	незадовільно

РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ

1. Балановська Т. І., Гоголя О. П., Троян А. В. Основи менеджменту, маркетингу та підприємництва : навчальний посібник. Київ : «ЦП «Компринт», 2018. 533 с.
2. Балановська Т. І., Троян А. В. Управління бізнесом : навчальний посібник. Київ : НУБіП України, 2019. 401 с.
3. Бейлі С., Мілліган Е. Міфи про бренди; пер. з англ. Я. Машико. Харків : Вид-во «Ранок» : Фабула, 2020. 256 с.
4. Гавриш О. М., Пильнова В. П., Капелюшна Т. В., Лобань О. О. Інтернет-торгівля: особливості реалізації товару за допомогою інтернету. *Економіка. Менеджмент. Бізнес.* 2020. №(31). С. 122–130.
5. Гавриш О. М., Пильнова В. П., Мартиненко М. О. Основи підприємництва : навчальний посібник. Київ : ДУТ, 2020. 358 с.
6. Смерічевський С. Ф., Петропавловська С. Є., Радченко О. А. Бренд-менеджмент : навчальний посібник. Київ : НАУ, 2019. 156 с.
7. Струтинська І. В. Бренд-менеджмент: теорія і практика : навчальний посібник. Тернопіль : Прінт-офіс, 2015. 204 с.