



СИЛАБУС ДИСЦИПЛІНИ «Бренд менеджмент»

Ступінь вищої освіти - Магістр
Спеціальність: 075 «Маркетинг»
Освітньо-професійна програма «Маркетинг»
Рік навчання: 1, семестр: 2
Форма навчання: заочна
Кількість кредитів ЄКТС: 4
Мова викладання: українська

Лектори курсу

Контактна інформація
лектора (e-mail)

Сторінка курсу в eLearn

Ніколаєвська Вікторія Вікторівна, кандидат економічних наук, доцент кафедри маркетингу та міжнародної торгівлі

e-mail: nikolaievska@yahoo.com

<https://elearn.nubip.edu.ua/course/view.php?id=2163>

ОПИС ДИСЦИПЛІНИ

Курс «Бренд менеджмент» відноситься до циклу дисциплін, що формує профіль майбутнього магістра, озброюючи його основами теорії та практики брендингу. Метою курсу «Бренд-менеджмент» є ознайомлення студентів з теоретичними засадами актуальних концепцій бренда та брендингу, головними принципами та механізмами таких напрямів роботи, як роль бренд-менеджменту в організації просування продукту, позиціонування та бренд-менеджмент, інтегровані комунікації бренд-менеджменту, моделі формування та розвитку бренда, особливості управління брендингом, організаційно-економічні аспекти брендингу, марочне бачення, стратегія розуміння та спрямування потреб споживачів, брендинг як основа побудови комунікаційної концепції маркетингу (ККМ), стратегія розвитку бренда як рухомої сили стратегії розвитку бізнесу. Завданням дисципліни є навчитися готувати матеріали для підприємств, розробляти бренди продуктів, забезпечувати моніторинг рекламних повідомлень та масових комунікацій у сфері підприємницької діяльності, планувати напрямки проведення рекламних кампаній, організовувати спеціальні події на міжнародному рівні (виставки, ярмарки), забезпечувати системні дослідження вітчизняного та міжнародного законодавства з формування та управління брендингом.

Навчальна дисципліна забезпечує формування ряду компетентностей:

1. Загальні компетентності:

- ЗК2. Здатність генерувати нові ідеї (креативність).
- ЗК3. Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт.

2. Фахові компетентності:

- СК5. Здатність до діагностування маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, здійснення маркетингового аналізу та прогнозування.

3. Програмні результати:

- ПРН16. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.

СТРУКТУРА КУРСУ

Тема	Години (лекції/ лабораторні, практичні, семінарські)	Результати навчання	Завдання	Оці- нюва ння
2 семестр				
Модуль 1				
Тема 1. Історія виникнення та розвитку бренду, брендингу	2/6	Знати основні категорії: бренд-менеджмент, марочна індивідуальність бренду, стратегії позиціонування бренду, комунікації бренд-менеджменту, створення організаційне моделювання в управлінні брендингом, комунікаційна концепція маркетингу, стратегії розвитку бренду; використання брендингу в управлінні маркетинговою активністю. Розуміти основні характеристики бренду та його зв'язок із торговою маркою, товарним знаком.	Підготовка доповідей, рефератів, презентацій до семінарського заняття. Виконання практичного завдання, самостійної роботи в elearn.	20
Тема 2. Основні характеристики бренду та його зв'язок із торговою маркою, товарним знаком				20
Тема 3. Види брендів та їх зміст				30
Тест до модуля 1				30
Разом за змістовим модулем 1				100
Модуль 2				
Тема 4. Позиціонування бренду	2/6	Володіти основами підтримання успіху підприємства за допомогою брендів та брендингу. Вміти розробляти Бренд бук для компанії, знати особливості його написання. Вміти проводити маркетингові дослідження бренду. Розуміти процес управління бренду та сутність формування його лояльності.	Підготовка доповідей, рефератів, презентацій до семінарського заняття. Виконання практичного завдання, самостійної роботи в elearn.	10
Тема 5. Маркетингові дослідження бренду				15
Тема 6. Брендинг: основні етапи створення бренду				15
Тема 7. Брендбук: його суть та структура				20
Тема 8. Управління брендом та процес формування та підтримки лояльності до бренду				10

Тест до модуля 2		30
Разом за змістовим модулем 2		100
Всього за навчальну роботу	$R_{НР} = \frac{0,7 \cdot (R_{ЗМ1} + R_{ЗМ2})}{2}$	70
Підсумкова атестація (екзамен)		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 доброчесності:</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 рефератів, 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



СИЛАБУС ДИСЦИПЛІНИ

«Бренд менеджмент»

Ступінь вищої освіти - Бакалавр

Спеціальність: 075 «Маркетинг»

Освітньо-професійна програма «Маркетинг»

Рік навчання: 1, семестр: 1

Форма навчання: заочна

Кількість кредитів ЄКТС: 3

Мова викладання: українська

Лектори курсу

Контактна інформація
лектора (e-mail)

Сторінка курсу в eLearn

Ніколаєвська Вікторія Вікторівна, кандидат економічних наук, доцент кафедри маркетингу та міжнародної торгівлі

e-mail: nikolaievska@yahoo.com

<https://elearn.nubip.edu.ua/course/view.php?id=2163>

ОПИС ДИСЦИПЛІНИ

Курс «Бренд менеджмент» відноситься до циклу дисциплін, що формує профіль майбутнього магістра, озброюючи його основами теорії та практики брендингу. Метою курсу «Бренд-менеджмент» є ознайомлення студентів з теоретичними засадами актуальних концепцій бренда та брендингу, головними принципами та механізмами таких напрямів роботи, як роль бренд-менеджменту в організації просування продукту, позиціонування та бренд-менеджмент, інтегровані комунікації бренд-менеджменту, моделі формування та розвитку бренда, особливості управління брендингом, організаційно-економічні аспекти брендингу, марочне бачення, стратегія розуміння та спрямування потреб споживачів, брендинг як основа побудови комунікаційної концепції маркетингу (ККМ), стратегія розвитку бренда як рухомої сили стратегії розвитку бізнесу. Завданням дисципліни є навчитися готувати матеріали для підприємств, розробляти бренди продуктів, забезпечувати моніторинг рекламних повідомлень та масових комунікацій у сфері підприємницької діяльності, планувати напрямки проведення рекламних кампаній, організовувати спеціальні події на міжнародному рівні (виставки, ярмарки), забезпечувати системні дослідження вітчизняного та міжнародного законодавства з формування та управління брендингом.

Навчальна дисципліна забезпечує формування ряду компетентностей:

1. Загальні компетентності:

- ЗК2. Здатність генерувати нові ідеї (креативність).
- ЗК3. Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт.

4. Фахові компетентності:

- СК5. Здатність до діагностування маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, здійснення маркетингового аналізу та прогнозування.

5. Програмні результати:

- ПРН16. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.

СТРУКТУРА КУРСУ

Тема	Години (лекції/ лабораторні, практичні, семінарські)	Результати навчання	Завдання	Оці- нюва ння
1 семестр				
Модуль 1				
Тема 1. Історія виникнення та розвитку бренду, брендингу	2/	Знати основні категорії: менеджмент, марочна індивідуальність, стратегії бренду, комунікації бренду, створення організації в управлінні комунікаційна маркетингу, розвитку брендингу в управлінні активністю. Розуміти основні характеристики бренду та його зв'язок із торговою товарним знаком.	Підготовка доповідей, рефератів, презентацій до семінарського заняття. Виконання практичного завдання, самостійної роботи в elearn.	20
Тема 2. Основні характеристики бренду та його зв'язок із торговою маркою, товарним знаком				20
Тема 3. Види брендів та їх зміст				30
Тест до модуля 1				30
Разом за змістовим модулем 1				100
Модуль 2				
Тема 4. Позичування бренду		Володіти основами підтримання успіху підприємства за допомогою брендів та брендингу. Вміти розробляти Бренд бук для компанії, знати особливості його написання. Вміти проводити маркетингові дослідження бренду. Розуміти процес управління бренду та сутність формування його лояльності.	Підготовка доповідей, рефератів, презентацій до семінарського заняття. Виконання практичного завдання, самостійної роботи в elearn.	10
Тема 5. Маркетингові дослідження бренду				15
Тема 6. Брендинг: основні етапи створення бренду				15
Тема 7. Брендбук: його суть та структура				20
Тема 8. Управління брендом та процес формування та підтримки лояльності до бренду				10

Тест до модуля 2		30
Разом за змістовим модулем 2		100
Всього за навчальну роботу	$R_{НР} = \frac{0,7 \cdot (R_{ЗМ1} + R_{ЗМ2})}{2}$	70
Підсумкова атестація (екзамен)		30
Всього за курс	$R_{ДИС} = R_{НР} + R_{АТ}$	100

ПОЛІТИКА ОЦІНЮВАННЯ

Політика щодо дедлайнів та перекладання:	Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку. Перекладання модулів відбувається із дозволу викладачів, які забезпечують курс за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний).
Політика щодо академічної доброчесності:	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 рефератів, доповідей, презентацій повинні мати коректні текстові посилання на використані інформаційні джерела.
Політика щодо відвідування:	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