



СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

«БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТ»

Ступінь вищої освіти – Магістр

Спеціальність 073 «Менеджмент»

Освітня програма «Менеджмент організацій і адміністрування»

Рік навчання: 2, семестр: 2

Форма здобуття вищої освіти: денна, заочна

Кількість кредитів ЄКТС: 4

Мова викладання: українська

Лектор навчальної
дисципліни
Контактна інформація
лектора (e-mail)
URL ЕНК на
навчальному порталі
НУБіП України

Тімченко Ольга Леонідівна, кандидат економічних наук,
доцент кафедри менеджменту ім. проф. Й.С. Завадського

e-mail: o.timchenko@nubip.edu.ua

ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ 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; методів управління брендингом на внутрішньому та зовнішніх ринках та набуття навичок розробки стратегії розвитку бренду.

Компетентності навчальної дисципліни:

Інтегральна компетентність (ІК): здатність ставити та успішно вирішувати на достатньому професійному рівні науково-дослідницькі та практичні завдання, узагальнювати практику міжнародного туристичного бізнесу і рекреації, прогнозувати напрями їх розвитку, і вирішувати професійні проблеми та практичні завдання міжнародної туристичної діяльності у процесі роботи та/або у процесі навчання, що передбачає проведення досліджень та/або здійснення інновацій, зокрема для розвитку туристичного продукту сільських дестинацій та представлення його на міжнародному рівня.

Загальні компетентності (ЗК):

ЗК1. Здатність до організації, планування, прогнозування результатів діяльності.

ЗК3. Здатність спілкуватися іноземною мовою.

ЗК7. Здатність виявляти, ставити та вирішувати проблеми.

Спеціальні (фахові) компетентності (СК):

СК09. Здатність здійснювати ефективні комунікації.

СК10. Здатність визначати, обґрунтовувати та брати відповідальність за професійні рішення.

СК11. Здатність підтримувати належний рівень знань та постійно підвищувати свою професійну підготовку.

Програмні результати навчання навчальної дисципліни:

ПРН5. Оцінювати нові ринкові можливості, формулювати бізнес-ідеї та розробляти маркетингові заходи невизначених умов і вимог, що потребують застосування нових підходів, методів та інструментарію соціально-економічних досліджень.

СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

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.	Підготовка доповідей, презентацій до семінарського заняття. Виконання практичного завдання, самостійної роботи в elearn.	15
Тема 2. Позиціонування та бренд- менеджмент.	4/4	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 підприємств міжнародного туристичного бізнесу.		20
Тема 3. Правові аспекти бренд- менеджменту.	4/4			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.	4/4	Розуміти значення та особливості управління брендингом. Знати принципи організаційного моделювання в управлінні брендингом; переваги Інтернет-брендингу; стратегії розвитку бренду;	Підготовка доповідей, презентацій до семінарського заняття. Виконання практичного завдання,	20
Тема 6. Інтернет- брендинг: розвиток бренду в глобальній мережі.	4/4			20

Тема 7. Сучасні комунікативні стратегії створення нових брендів.	4/4	структуру формування комунікації бренд-менеджменту; формування марочної стратегії та політики державного брендингу.	самостійної роботи в elearn.	15
Тема 8. Територіальний брендинг. Брендинг країни.	4/4	Вміти приймати управлінські рішення та відповідати за них; просувати бренд підприємств міжнародного туристичного 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				70
Екзамен				30
Всього за курс				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 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 ШКАЛА ОЦІНЮВАННЯ ЗНАНЬ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ

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.