

**НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ І  
ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ**  
Кафедра менеджменту ім. проф. Й. С. Завадського

**ЗАТВЕРДЖЕНО**  
Факультет аграрного менеджменту  
«05» червня 2025 р.

**РОБОЧА ПРОГРАМА  
НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ  
«БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТ»**

Галузь знань D Бізнес, адміністрування та право

Спеціальність D3 «Менеджмент»

Освітня програма «Менеджмент організацій і адміністрування

Факультет аграрного менеджменту

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

Київ – 2025 р.

### Опис навчальної дисципліни «Бренд-менеджмент»

«Бренд-менеджмент» є вибірковою навчальною дисципліною, метою якої є формування у майбутніх фахівців сучасного управлінського мислення та системи спеціальних знань з комплексу теоретичних знань і практичних навичок щодо бренд-менеджменту, просування та розвитку брендів з погляду теорії взаємодії суб'єктів ринкових відносин. Завданнями навчальної дисципліни є: 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 бізнесі; методів управління брендингом на внутрішньому та зовнішніх ринках та набуття навичок розробки стратегії розвитку бренду.

| Галузь знань, спеціальність, освітня програма, ступінь вищої освіти                 |                                          |          |
|-------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------|----------|
| Ступінь вищої освіти                                                                | магістр                                  |          |
| Галузь знань                                                                        | D Бізнес, адміністрування та право       |          |
| Спеціальність                                                                       | D3 Менеджмент                            |          |
| Освітня програма                                                                    | Менеджмент організацій і адміністрування |          |
| Характеристика навчальної дисципліни                                                |                                          |          |
| Вид                                                                                 | вибіркова                                |          |
| Загальна кількість годин                                                            | 150                                      |          |
| Кількість кредитів ECTS                                                             | 5                                        |          |
| Кількість змістових модулів                                                         | 2                                        |          |
| Форма контролю                                                                      | екзамен                                  |          |
| Показники навчальної дисципліни<br>для денної та заочної форм здобуття вищої освіти |                                          |          |
|                                                                                     | Форма здобуття вищої освіти              |          |
|                                                                                     | денна                                    | заочна   |
| Курс (рік підготовки)                                                               | 1                                        | 1        |
| Семестр                                                                             | 2                                        | 2        |
| Лекційні заняття                                                                    | 30 год.                                  | 6 год.   |
| Практичні, семінарські заняття                                                      | 30 год.                                  | 10 год.  |
| Лабораторні заняття                                                                 | -                                        | -        |
| Самостійна робота                                                                   | 90 год.                                  | 134 год. |
| Кількість тижневих аудиторних годин для денної форми здобуття вищої освіти          | 4 год.                                   | -        |

## **1. Мета, компетентності та програмні результати навчальної дисципліни**

**Мета** - 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.

### ***Набуття компетентностей:***

*Інтегральна компетентність (ІК):* Здатність розв'язувати складні задачі і проблеми у сфері менеджменту або у процесі навчання, що передбачають проведення досліджень та/або здійснення інновацій за невизначеності умов і вимог.

### *Загальні компетентності (ЗК):*

ЗК 5. Здатність діяти на основі етичних міркувань (мотивів).

ЗК 6. Здатність генерувати нові ідеї (креативність).

### *Спеціальні (фахові) компетентності (СК):*

СК 6. Здатність формувати лідерські якості та демонструвати їх в процесі управління людьми.

СК 7. Здатність розробляти проекти, управляти ними, виявляти ініціативу та підприємливість.

СК 11. Здатність діагностувати конкурентоспроможність організації та використовувати інструменти антикризового управління організацією.

### *Програмні результати навчання (ПРН):*

ПРН 1. Критично осмислювати, вибирати та використовувати необхідний науковий, методичний і аналітичний інструментарій для управління в непередбачуваних умовах.

ПРН 4. Обґрунтовувати та управляти проектами, генерувати підприємницькі ідеї.

ПРН 7. Організовувати та здійснювати ефективні комунікації всередині колективу, з представниками різних професійних груп та в міжнародному контексті.

ПРН 10. Демонструвати лідерські навички та вміння працювати у команді, взаємодіяти з людьми, впливати на їх поведінку для вирішення професійних задач.

## 2. Програма та структура навчальної дисципліни «Бренд-менеджмент»

| Назви змістових модулів і тем                                         | Кількість годин |        |              |    |     |              |              |    |      |
|-----------------------------------------------------------------------|-----------------|--------|--------------|----|-----|--------------|--------------|----|------|
|                                                                       | денна форма     |        |              |    |     | заочна форма |              |    |      |
|                                                                       | тижні           | усього | у тому числі |    |     | усього       | у тому числі |    |      |
|                                                                       |                 |        | л            | п  | с.р |              | л            | п  | с.р. |
| Модуль 1. <i>Теоретичні основи бренд-менеджменту.</i>                 |                 |        |              |    |     |              |              |    |      |
| Тема 1. Сутність та значення бренд-менеджменту. Класифікація брендів. | 1               |        | 2            | 2  | 36  |              | 1            | 1  | 66   |
| Тема 2. Позиціонування та бренд-менеджмент.                           | 2-3             |        | 4            | 4  |     |              | 1            | 1  |      |
| Тема 3. Правові аспекти бренд-менеджменту.                            | 4               |        | 4            | 4  |     |              | 1            | 2  |      |
| Тема 4. Моделі формування та розвитку бренду.                         | 5-6             |        | 4            | 4  |     |              | 1            | 2  |      |
| Разом за модулем 1                                                    | 75              |        | 14           | 14 | 36  | 64           | 4            | 6  | 66   |
| Модуль 2. <i>Практичні аспекти бренд-менеджменту.</i>                 |                 |        |              |    |     |              |              |    |      |
| Тема 5. Особливості управління брендингом                             | 7-8             |        | 4            | 4  | 54  |              | 1            | 1  | 68   |
| Тема 6. Інтернет-брендинг: розвиток бренду в глобальній мережі.       | 9-10            |        | 4            | 4  |     |              | 1            | 1  |      |
| Тема 7. Сучасні комунікативні стратегії створення нових брендів.      | 11-12           |        | 4            | 4  |     |              |              | 1  |      |
| Тема 8. Територіальний брендинг. Брендинг країни.                     | 13              |        | 4            | 4  |     |              |              | 1  |      |
| Разом за модулем 2                                                    | 75              |        | 16           | 16 | 54  | 86           | 6            | 4  | 68   |
| Усього годин                                                          | 150             |        | 30           | 30 | 90  | 150          | 6            | 10 | 134  |

## 3. Теми лекцій

| № з/п | Назва теми                                                            | Кількість годин |
|-------|-----------------------------------------------------------------------|-----------------|
| 1     | Тема 1. Сутність та значення бренд-менеджменту. Класифікація брендів. | 2               |
| 2     | Тема 2. Позиціонування та бренд-менеджмент                            | 4               |
| 3     | Тема 3. Правові аспекти бренд-менеджменту.                            | 4               |
| 4     | Тема 4. Моделі формування та розвитку бренду.                         | 4               |
| 5     | Тема 5. Особливості управління брендингом                             | 4               |
| 6     | Тема 6. Брендинг: розвиток бренду в глобальній мережі.                | 4               |
| 7     | Тема 7. Сучасні комунікативні стратегії створення нових брендів.      | 4               |
| 8     | Тема 8. Територіальний брендинг. Брендинг країни.                     | 4               |
|       | Разом                                                                 | 30              |

#### 4. Теми лабораторних (практичних, семінарських) занять

| № з/п | Назва теми                                                                          | Кількість годин |
|-------|-------------------------------------------------------------------------------------|-----------------|
| 1     | Семінарське заняття 1. Сутність та значення бренд-менеджменту. Класифікація брендів | 2               |
| 2     | Практичне заняття 1. Сутність та значення бренд-менеджменту. Класифікація брендів   | 2               |
| 3     | Семінарське заняття 2. Позиціонування та бренд-менеджмент                           | 2               |
| 4     | Практичне заняття 2. Позиціонування та бренд-менеджмент                             | 2               |
| 5     | Практичне заняття 3. Правові аспекти бренд-менеджменту                              | 4               |
| 6     | Практичне заняття 4. Моделі формування та розвитку бренду                           | 2               |
| 7     | Семінарське заняття 3. Моделі формування та розвитку бренду                         | 2               |
| 8     | Практичне заняття 5. Особливості управління брендингом                              | 4               |
| 9     | Практичне заняття 6. Інтернет-брендинг: розвиток бренду в глобальній мережі         | 2               |
| 10    | Семінарське заняття 4. Інтернет-брендинг: розвиток бренду в глобальній мережі       | 2               |
| 11    | Семінарське заняття 5. Сучасні комунікативні стратегії створення нових брендів      | 2               |
| 12    | Практичне заняття 7. Територіальний брендинг. Брендинг країни                       | 4               |
|       | Разом                                                                               | 30              |

#### 5. Теми самостійної роботи

| № з/п | Назва теми          | Кількість годин |
|-------|---------------------|-----------------|
| 1     | Самостійна робота 1 | 36              |
| 2     | Самостійна робота 2 | 54              |
|       | Разом               | 90              |

#### 6. Методи та засоби діагностики результатів навчання:

- усне або письмове опитування;
- співбесіда;
- тестування;
- захист практичних робіт.

#### 7. Методи навчання:

- метод проблемного навчання;
- метод практико-орієнтованого навчання;
- кейс-метод;
- метод проєктного навчання;
- метод перевернутого класу, змішаного навчання;
- метод навчання через дослідження;
- метод навчальних дискусій та дебат;
- метод командної роботи, мозкового штурму
- метод гейміфікованого навчання.

## 8. Оцінювання результатів навчання.

Оцінювання знань здобувача вищої освіти відбувається за 100-бальною шкалою і переводиться в національну оцінку згідно чинного «Положення про екзамени та заліки у НУБіП України»

### 8.1. Розподіл балів за видами навчальної діяльності

| Вид навчальної діяльності                                                            | Результати навчання                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | Оцінювання |
|--------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| <b>Модуль 1. Теоретичні основи бренд-менеджменту</b>                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |            |
| Семінарське заняття 1. Сутність та значення бренд-менеджменту. Класифікація брендів. | ПРН 1,4,7,11<br>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; | 5          |
| Практичне заняття 1 Сутність та значення бренд-менеджменту. Класифікація брендів.    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | 10         |
| Семінарське заняття 2. Позиціонування та бренд-менеджмент.                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | 5          |
| Практичне заняття 2 Позиціонування та бренд-менеджмент.                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | 10         |
| Практичне заняття 3. Правові аспекти бренд-менеджменту.                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | 10         |
| Практичне заняття 4. Моделі формування та розвитку бренду.                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | 10         |
| Семінарське заняття 3. Правові аспекти бренд-менеджменту.                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | 5          |
| Семінарське заняття 4. Моделі формування та розвитку бренду.                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | 5          |
| Самостійна робота 1.                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | 10         |
| Модульна контрольна робота 1                                                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | 30         |
| <b>Всього за модулем 1</b>                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | <b>100</b> |
| <b>Модуль 2. Практичні аспекти бренд-менеджменту</b>                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |            |
| Практичне заняття 5. Особливості управління брендингом                               | ПРН 1,4,7<br>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 брендингу. Вміти приймати управлінські рішення та відповідати за них;                                                                                                                                                                            | 10         |
| Практичне заняття 6. Інтернет-брендинг: розвиток бренду в глобальній мережі.         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | 10         |
| Семінарське заняття 4. Інтернет-брендинг: розвиток бренду в глобальній мережі.       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | 10         |
| Семінарське заняття 5. Сучасні комунікативні стратегії створення нових брендів.      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | 10         |
| Практичне заняття 7. Територіальний брендинг. Брендинг країни.                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | 10         |

|                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |            |
|------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| Самостійна робота 2.         | 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 території. | <b>20</b>  |
| Модульна контрольна робота 2 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | <b>30</b>  |
| <b>Всього за модулем 2</b>   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | <b>100</b> |
| <b>Навчальна робота</b>      | <b><math>(M1 + M2)/2 * 0,7 \leq 70</math></b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |            |
| <b>Екзамен/залік</b>         | <b>30</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |            |
| <b>Всього за курс</b>        | <b><math>(\text{Навчальна робота} + \text{екзамен}) \leq 100</math></b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |            |
| Курсовий робота              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | <b>100</b> |

## 8.2. Шкала оцінювання знань здобувача вищої освіти

| Рейтинг здобувача вищої освіти, бали | Оцінка за національною системою (екзамени/заліки) |
|--------------------------------------|---------------------------------------------------|
| 90-100                               | відмінно                                          |
| 74-89                                | добре                                             |
| 60-73                                | задовільно                                        |
| 0-59                                 | незадовільно                                      |

### 8.3. Політика оцінювання

|                                                 |                                                                                                                                                                                                                                             |
|-------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Політика щодо дедлайнів та перескладання</b> | Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку. Перескладання модулів відбувається із дозволу лектора за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний)                                     |
| <b>Політика щодо академічної доброчесності</b>  | Списування під час контрольних робіт та екзаменів заборонені (в т.ч. із використанням мобільних девайсів). Самостійні роботи у вигляді доповідей, презентацій повинні мати коректні текстові посилання на використані інформаційні джерела  |
| <b>Політика щодо відвідування</b>               | 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) |

### 9. Навчально-методичне забезпечення:

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. Тімченко О. Л. Бренд-менеджмент: методичні вказівки до викладання навчальної дисципліни для здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти зі спеціальності 073 «Менеджмент» освітньо-професійної програми «Менеджмент організацій і адміністрування». К.: НУБіП. 2024. 272 с.

### 10. Рекомендовані джерела інформації

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 : навчальний посібник для здобувачів ступеня вищої освіти бакалавра спеціальності «Менеджмент» освітньо-професійної програми «Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності». Запоріжжя : ЗНУ, 2020. 96 с.

3. Бренд-менеджмент у сучасному бізнесі : навчальний посібник / упорядник О. М. Марченко. Львів: Львівський державний університет внутрішніх справ, 2023. 268с.

4. Бренд-менеджмент: конспект лекцій: навчальний посібник для студентів першого (бакалаврського) рівня спеціальності 073 «Менеджмент» / КПІ ім. Ігоря Сікорського; уклад.: К. О. Кузнєцова. Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2020. 76 с.

5. 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.

6. Гавриш О. М., Пильнова В. П., Мартиненко М. О. Основи підприємництва : навчальний посібник. Київ : ДУТ, 2020. 358 с.

7. Данилюк А. Дослідження суті бренд-менеджменту в системі

маркетингового управління підприємством. URL: Галицький економічний вісник [https://doi.org/10.33108/galicianvisnyk\\_tntu](https://doi.org/10.33108/galicianvisnyk_tntu) Galician economic journal, №1 (80) 2023 [https://doi.org/10.33108/galicianvisnyk\\_tntu2023.01](https://doi.org/10.33108/galicianvisnyk_tntu2023.01)

8. Конспект лекцій з навчальної дисципліни «Бренд-менеджмент» для студентів другого (магістерського) рівня вищої освіти за спеціальністю 028 Менеджмент соціокультурної діяльності галузі знань 02 Культура і мистецтво / Укл.: Л. С. Ладонько, Чернігів: НУЧК, 2023. 124 с.

9. Лишенко М. Бренд – менеджмент як інструмент маркетингової діяльності підприємств. *Економіка та суспільство*. № 48. 2023. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2289/2210>

10. Тімченко О.Л. Розвиток бренд-менеджменту в підприємствах аграрної сфери. *Економіка та суспільство*. № 68. 2024. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-68-50>

11. Газуда С. Регіональний бренд-менеджмент : дефініція поняття. Економічний форум. № 1(4). 2024. С. 87-93. URL: <https://doi.org/10.36910/6775-2308-8559-2023-4-11>

12. Кудирко, Л., Ратушний, Б. Бренд-менеджмент компаній в глобальному конкурентному середовищі. *Економічний простір*. № 190. 2024. С. 280-286. URL: <https://doi.org/10.32782/2224-6282/190-51>

13. Смолич Д.В. Сутність поняття бренд-менеджмент та його роль в діяльності організацій. *Економічні науки: збірник наукових праць Луцького національного технічного університету*. Серія «Регіональна економіка». 2022. Випуск 19 (75). С. 236–247.

14. Троян В.І. Конспект лекцій з дисципліни «Бренд – менеджмент міжнародних компаній» (для студентів першого (бакалаврського) рівня навчання спеціальності 073 – Менеджмент). Харк. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. Харків: ХНУМГ, 2022. 315 с.

15. Mazaraki A., Tarasiuk M., Solonenko Y., Galenko O., Lysyniuk M., Fayvishenko D. Strategic Brand Management in the Market. *Studies of Applied Economics*. 2021. № 39. DOI: <https://doi.org/10.25115/eea.v39i5.4829>

16. Stošić-Mihajlović L., Trajković S. Branding and brand management in international business. *Journal of Process Management. New Technologies*. 2020. №8. P. 38–44. DOI: <https://doi.org/10.5937/jouproman8-26139>

17. Wang J. Global Branding: A Research Review. *Oxford Research Encyclopedias*. DOI: <https://doi.org/10.1093/acrefore/9780190228613.013.1033>

18. Jindal M. Brand Reputation Value – Strong Impact and Importance. URL: <https://bytescare.com/blog/brand-reputation-value>

19. Vaziri M., Llonch-Andreu J., López-Belbeze P. Brand clarity of local and global brands in fast-moving consumer goods: an empirical study in a Middle East country. *Journal of Islamic Marketing*. 2023. Vol. 14. № 1. P. 1–22. DOI: <https://doi.org/10.1108/JIMA-01-2020-0018>

20. Adams B. Make Your Employer Brand Stand Out in the Talent Marketplace. *Harvard Business Review*. 2022. URL: <https://hbr.org/2022/02/make-your-employer-brand-stand-out-in-the-talent-marketplace>

21. Самодай В. П., Машина Ю. П., Ковтун Г. І. Методичні засади створення

бренду. Економіка та суспільство. 2023. Вип. 47. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2037/1966>.

22. Смолич Д. В. Сутність поняття бренд-менеджмент та його роль в діяльності організацій. Економічні науки. Серія «Регіональна економіка». 2022.

23. № 19(75). С. 236–247. URL: [http://e-region.lutsk-ntu.com.ua/index.php/ekonomichni\\_nauky/article/view/144](http://e-region.lutsk-ntu.com.ua/index.php/ekonomichni_nauky/article/view/144).

### ***Нормативно-правові акти:***

1. Конституція України: Закон України від 28.06.1996 р. № 254к /96- ВР. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80#Text>

2. Мадридська угода про міжнародну реєстрацію знаків: міжнародний договір від 14 квітня 1891 року. URL: [https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995\\_134#Text](https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_134#Text)

3. Про авторське право та суміжні права: Закон України від 01.12.2022 р. № 2811-IX. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2811-20#n855>

4. Про затвердження Положення про Державний реєстр свідоцтв України на знаки для товарів і послуг: Наказ Міністерства освіти і науки України від 10.01.2002 р. № 10. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0064-02#Text>

5. Про затвердження Порядку сплати зборів за дії, пов'язані з охороною прав на об'єкти інтелектуальної власності: Постанова Кабінету Міністрів України від 23 грудня 2004 р. № 1716. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1716-2004-%D0%BF#n77>

6. Про затвердження Правил погодження питань про внесення позначення, що містить офіційну назву держави "Україна", до знаку для товарів і послуг: Наказ Міністерства освіти і науки України від 04.08.2010 р. № 790. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0939-10#Text>

7. Про затвердження Правил складання, подання та розгляду заявки на видачу свідоцтва України на знак для товарів і послуг: Наказ Держпатенту України від 28.07.1995 р. № 116. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0276-95#Text>

8. Про затвердження Регламенту Апеляційної палати Національного органу інтелектуальної власності: Наказ Міністерства розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України від 02.03.2021 р. № 433. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0610-21#Text>

9. Про затвердження роз'яснення щодо застосування під час встановлення дати подання заявки пункту 14 статті 10 Закону ([3689-12](#)) у разі виявлення невідповідності заявки формальним вимогам пункту 6 статті 7 Закону([3689-12](#)) в частині щодо зазначення заявником кольору чи поєднання кольорів як розрізняльної ознаки: наказ Державного департаменту інтелектуальної власності від 23.12.2010 р. № 138-Н. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0138585-10#Text>

10. Про охорону прав на знаки для товарів і послуг: Закон України від 15.12.1993 р. № 3689-XII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3689-12#Text>