

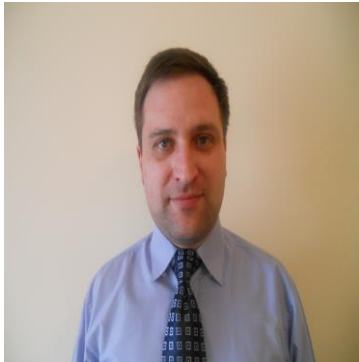


Силабус курсу

Ступінь вищої освіти – бакалавр
Спеціальність- 281 «Публічне управління та адміністрування»
Освітньо-професійна програма – «Публічне управління та адміністрування».

Рік навчання: IV. Семестр: 7

Кількість кредитів: 5 Мова викладання: українська.



Бренд- менеджмент

Керівник курсу

Кандидат економічних наук, доцент

Кравчук Роман Сергійович

Контактна інформація: romanmaster2005@gmail.com, + 380976605380

Опис дисципліни Дисципліна “Бренд-менеджмент” спрямована на формування у здобувачів ступеня вищої освіти розуміння механізмів формування, позиціонування та просування персонального бренду.

Дисципліна “Бренд-менеджмент” спрямована на формування у здобувачів ступеня вищої освіти розуміння механізмів формування, позиціонування та просування персонального бренду.

Дисципліна орієнтує на опанування компетенціями щодо створення й підтримки персонального та корпоративного бренду задля посилення конкурентних позицій спеціаліста як фахівця на ринку праці та організації в ринковому середовищі її функціонування.

Структура курсу

Години (лек. / сем.)	Тема	Результати навчання	Завдання
2/ 0	1. Суть, поняття та розвиток бренд-менеджменту	Засвоєння ключових характеристик бренду та цінностей персонального та корпоративного бренду	Тести, питання

2 / 2	2.Правові засади використання торгових знаків	Засвоєння базових засад використання торгових знаків	Кейси, тести, питання
2 / 0	3. Бренд, імідж та репутація: їх взаємозв'язок і вплив на розвиток територій, організацій та окремих осіб	Засвоєння понятійного апарату бренд, імідж та репутація, визначення їх взаємозв'язку та впливу на розвиток територій або окремих організацій.	Кейси, тести, питання
2 / 2	4. Функції, види та стратегії бренду	Опануваннями основних видів та стратегій бренду.	Кейси, тести, питання
2 / 0	5. Методика і практика розробки сильного бренду	Засвоєння методики і практики розробки сильного бренду, визначення основних ключових особливостей.	Кейси, тести, питання
2 / 2	6. Практика «приватного» брендування	Засвоєння основних підходів до проведення практики приватного брендування.	Кейси, тести, питання
2 / 2	7.Сучасний концептуальний підхід до системи бренд-менеджменту	Засвоєння особливостей сучасного підходу до системи бренд-менеджменту.	Кейси, тести, питання
2 / 0	8. Архітектура брендингу	Опанування архітектури бренду та її основних особливостей.	Кейси, тести, питання
2 / 2	9. Поняття розширення та розтягування бренду	Засвоєння понятійного апарату розширення та розтягування бренду.	Кейси, тести, питання
2 / 0	10. Основи оцінювання бренду	Засвоєння основ оцінювання бренду.	Кейси, тести, питання
4 / 2	11. Бренд країни	Засвоєння основних особливостей та характеристик бренду країни	Кейси, тести, питання
2 / 0	12. Брендінг у сфері культури і політики	Засвоєння понятійного апарату брендінгу у сфері культури і політики, вивчення основних особливостей	Кейси, тести, питання

Літературні джерела

1. Балук Н.Р. Комунікації у створенні персонального бренда. *Підприємництво і торгівля*. 2018. Вип. 23. С. 111-119.
2. Батченко, Л. В. та ін. Бізнес-комунікації в міжнародному менеджменті: навч. посіб. / Л. В. Батченко, І. С. Бондар, В. А. Русавська. Київ : Ліра-К, 2019. 303 с.
3. Брич, В. Я. Креативний менеджмент [Текст] : підручник / Брич В. Я., Корман М. М.; Тернопіл. нац. екон. ун-т. - Тернопіль : ТНЕУ, 2018. 219 с.
4. Бренд-менеджмент: Начально-методичний комплекс дисципліни [Електронний ресурс]: навч. посіб. для здобувачів освітньої програми «Промисловий маркетинг» спеціальності 075 «Маркетинг» другого (магістерського) рівня вищої освіти / Н. В. Юдіна ; Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2020. 114 с .
5. Любчук, В. Бренд-менеджмент як вид управлінської діяльності. *Соціологічні студії*. 2020. №1(16), 57–63.
6. Овсянюк-Бердадіна О.Ф., Островерхов В.М. Дуалізм сучасних проявів функціонального забезпечення менеджменту. *Регіональні аспекти розвитку продуктивних сил України*. 2020. №25. С.88-93
7. Рижко І.В. Брендінг та основні тенденції його розвитку в Україні / І.В. Рижко. URL: <http://intkonf.org/rizhko-iv-breending-ta-osnovni-tendentsiyi-yogo-rozvitku-v-ukrayini/>
8. Смерічевський С.Ф., Петропавловська С.Є., Радченко О.А. Бренд-менеджмент: навчальний посібник / за заг. ред. С. Ф. Смерічевський, С. Є. Петропавловська, О. А. Радченко. К. : НАУ, 2019. 156 с.
9. Фергюсон, Алекс. Менеджмент у стилі "Манчестер Юнайтед". Як стати чемпіоном /пер. з англ. Дмитро Кожедуб. Київ : Наш формат, 2018. 279, 33 с.
10. Шкільняк М.М., Овсянюк-Бердадіна О.Ф., Крисько Ж.Л., Демків І.О. Менеджмент. Тернопіль: Економічна думка, 2022. 258 с.
11. Шевченко А. О., Стаднік Л. І., Задорожна Р. П. Бренд менеджмент як маркер ефективності в консалтингових та брокерських послугах. *Економіка та держава*. 2021. № 9. С. 68–73.
12. Хамініч С.Ю. Характерні особливості брендінгу на споживчому ринку України / С.Ю. Хамініч. URL: nbuv.
13. Guide to Brand Management: Definition, Jobs, Careers. URL: <https://www.coursera.org/articles/brand-management> .
14. Brand Management - Meaning and Important Concepts. URL: <https://www.managementstudyguide.com/brand-management.htm>.

Політика оцінювання

Політика щодо дедлайнів і перескладання. Для виконання індивідуальних завдань і проведення контрольних заходів встановлюються конкретні терміни. Перескладання модулів відбувається з дозволу дирекції факультету за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний).

Політика щодо академічної доброчесності. Використання друкованих і

електронних джерел інформації під час контрольних заходів та екзаменів заборонено.

Політика щодо відвідування. Відвідування занять є обов'язковим компонентом оцінювання. За об'єктивних причин (наприклад, карантин, воєнний стан, хвороба, закордонне стажування) навчання може відбуватись в он-лайн формі за погодженням із керівником курсу з дозволу дирекції факультету.

Оцінювання

Підсумковий бал (за 100-бальною шкалою) з дисципліни “ Бренд- менеджмент” визначається як середньозважена величина, в залежності від питомої ваги кожної складової залікового кредиту.

Заліковий модуль 1	Заліковий модуль 2 (ректорська контрольна робота)	Заліковий модуль 3
30 %	40 %	30 %
Усне опитування під час занять (Тема 2,4,6 по 10 балів = 30 балів) Модульна контрольна робота, тестування = 70 балів	Усне опитування під час занять (Тема 7,9,11 по 10 балів = 30 балів) Модульна контрольна робота, тестування = 70 балів	Участь у тренінгу = 20 балів Підготовка КПІЗ на основі сформованих індивідуальних завдань = 40 балів Захист КПІЗ = 40 балів

Шкала оцінювання:

За шкалою Університету	За національною шкалою	За шкалою ECTS
90–100	відмінно	A (відмінно)
85-89	добре	B (дуже добре)
75–84		C (добре)
65–74	задовільно	D (задовільно)
60-64		E (достатньо)
35–59	незадовільно	FX (незадовільно з можливістю повторного складання)
1–34		F (незадовільно з обов'язковим повторним курсом)