



Силабус
навчальної дисципліни
БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТ
2023-2024 навчальний рік

Освітня програма
Спеціальність
Галузь знань
Рівень вищої освіти

Менеджмент
073 Менеджмент
07 Управління та адміністрування
другий (магістерський)

Викладач	Катерина ЛЕМІШ, к.е.н, доцент кафедри менеджменту та адміністрування – лектор, екзаменатор;
Посилання на сайт	http://bdpu.org/faculties/gef/structure-gef/kaf-management-and-administration/composition-kaf-pedagogies-higher-school/lemish/
Контактний тел.	+38066-200-09-84
Е-mail викладача:	lkg1704@gmail.com
Графік консультацій	Консультації проводяться індивідуально із застосуванням дистанційних технологій.

Обсяг курсу на поточний навчальний рік:

Кількість кредитів/ годин	Лекції (денна/заочна)	Практичні заняття (денна/заочна)	Самостійна робота (денна/заочна)	звітність
3/90	20/-	20/-	50/-	залік

Семестр: осінній.

Мова навчання: українська.

Ключові слова: бренд, брендинг, логотип, менеджмент, архітектура, портфель брендів.

Метою викладання курсу «Бренд-менеджмент» є сформувати та поглибити у здобувачів вищої освіти професійно-компетентні знання та навички щодо технологій створення та управління брендами як важливими нематеріальними активами підприємств туристичного бізнесу.

Предметом курсу є теоретичні та практичні аспекти брендингу, специфіку створення та управління брендами як важливими нематеріальними активами підприємств туристичного бізнесу та країни.

Зміст курсу: Суть, поняття та розвиток бренд-менеджменту. Правові засади використання торгових знаків. Бренд, імідж та репутація: їх взаємозв'язок і вплив на розвиток територій, організацій та окремих осіб. Функції, види та стратегії бренду. Методика і практика розробки сильного бренду. Практика «приватного» брендування. Сучасний концептуальний підхід до системи бренд-менеджменту. Архітектура брендингу. Поняття розширення та розтягування бренду. Основи оцінювання брендингу. Бренд країни. Брендинг в сфері культури і політики.

Методи навчання: лекції, практичні заняття, індивідуальні заняття, консультації, самостійна робота, науково-дослідна робота, залік. Бесіда, пояснення; інтерактивні методи (робота в малих групах, мозковий штурм, метод проектів, дискусія), імітаційна гра (наукова конференція, семінар-диспут), мультимедійна презентація, методи контролю і самоконтролю, самооцінювання, взаємооцінювання.

Політика курсу (особливості проведення навчальних занять): основні засади й принципи освітньої діяльності здобувачів, оцінювання результатів навчання забезпечення якості освітнього процесу, прав та обов'язків учасників освітнього процесу, відвідування

навчальних занять відбувається відповідно до вимог організації навчального процесу в БДПУ та визначається в Положенні про організацію освітнього процесу в Бердянському державному педагогічному університеті. (http://bdpu.org/wp-content/uploads/2020/03/OOP_BSPU_2020-1.pdf). Здобувачі вищої освіти повинні здавати визначені види завдань до завершення курсу. При виконанні письмових робіт не допустимим є порушення академічної доброчесності. Виявлення ознак академічної недоброчесності в роботах є підставою для їх незарахування викладачем. Здобувачі освіти, які отримали незадовільну підсумкову оцінку мають право на перескладання у встановлені терміни. Відвідування занять є обов'язковим компонентом оцінювання, за яке нараховуються бали. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, працевлаштування) навчання може відбуватись в он-лайн формі за погодженням із керівником курсу.

Технічне й програмне забезпечення/обладнання, наочність: мультимедійні проектори та мультимедійні дошки, комп'ютери, пакети прикладних програм Microsoft Power Point, Microsoft Office Excel, Microsoft Word, платформи «Zoom», «Moodle», освітні можливості «Ютуб».

Система оцінювання та вимоги: Основними вимогами до здобувачів при вивченні дисципліни є: недопущення пропусків занять без поважних причин, своєчасне подання звітності (за розкладом практичних занять), регулярна робота з інформаційними ресурсами Moodle.

Для оцінювання навчальних досягнень здобувачів вищої освіти застосовується внутрішня університетська 100-бальна шкала. Результати оцінювання навчальної дисципліни переводяться у національну 4-бальну шкалу та окремо конвертуються в шкалу ECTS шляхом ранжування навчальних досягнень.

Поточний контроль: вибіркове усне опитування, фронтальне стандартизоване опитування за тестами, колоквиум по самостійних розділах теоретичного курсу, перевірка і оцінка рефератів, індивідуальна співбесіда зі здобувачем вищої освіти, виконання та захист індивідуальних завдань. Підсумковий контроль: залік.

Практичні (семінарські) заняття та самостійна робота: теоретичні: тести, усні відповіді; практичні: ситуаційні задачі; творчі: реферат, презентація, контрольна робота.

Підсумкова рейтингова оцінка з курсу не може перевищувати 100 балів та розподіляється наступним чином: заходи поточного контролю – не перевищують 80 балів, залік – не перевищує 20 балів. За роботу на практичних (семінарських) заняттях здобувач може отримати не більше 80 балів. По 3 балів – за повну та добре аргументовану й проілюстровану прикладами доповідь, 2 – за недостатньо повне, але певною мірою обґрунтоване повідомлення, проілюстроване прикладами, 1 – неповна відповідь з наведенням поодиноких аргументів та прикладів, 1-2 – за окремі доповнення та приклади. Реферати, ситуаційні задачі оцінюються за шкалою 1-3 б. На заліку здобувач освіти може отримати до 20 балів за захист контрольної роботи.

Розподіл балів, які отримують здобувачі вищої освіти

Поточне тестування та самостійна робота												Захист контрольної роботи	Сума
ЗМ1		ЗМ2		ЗМ3		ЗМ4		ЗМ5		ЗМ6			
T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	T9	T10	T11	T12		
6	6	6	6	7	7	7	7	7	7	7	7	20	100

Шкала оцінювання:

Оцінка за бальною шкалою, що використовується в Університеті	Оцінка за шкалою ЄКТС
--	-----------------------

90-100	A
78-89	B
65-77	C
58-64	D
50-57	E
35-49	FX (з можливістю повторного складання)
1-34	F (з обов'язковим повторним вивченням ОК)

Список рекомендованих джерел

Основні

1. Бренд-менеджмент: теорія і практика.-навч. посібник / укл.: І. В. Струтинська. – Тернопіль: Прінт-офіс, 2015. – 204 с.
2. Рульєв В. А. Менеджмент : навч. посіб. К. : Центр учбової літератури, 2019. 312 с.
3. Череп А.В. Інноваційний менеджмент : підручник. К. : Кондор, 2015. 452 с.
4. Каліна Л.М. Антикризовий менеджмент : навчальний посібник. Донецьк : Юго-Восток, 2008. 295 с.
5. Шевченко О. Л. Бренд-менеджмент : навч. посібн. К. : КНЕУ, 2010. 395 с.
6. Ястремська О. М., Ястремська О.О. Бренд-менеджмент : навч. посібн. Х. : ХНЕУ, 2010. 167 с.

Додаткові

7. Йохна М.А., Стадник В.В. Економіка і організація інноваційної діяльності : навчальний посібник. К. : Видавничий центр «Академія», 2005. 400 с.
8. Заблоцький Б.Ф. Економіка й організація інноваційної діяльності : навч. посібник. Львів : Новий Світ-2000, 2007. 456 с.
9. Краснокутська Н.В. Інноваційний менеджмент : навчальний посібн. для ВНЗ. К. : КНЕУ, 2003. 504 с.
10. Маркетинг і менеджмент інноваційного розвитку : монографія / За заг. ред. д.е.н., проф. С.М. Ілляшенка. Суми : ВТД «Університетська книга», 2006. 728 с.
11. Павленко І.А. Економіка і організація інноваційної діяльності : навч. посіб. К. : КНЕУ, 2006. 204 с.

Інтернет-ресурси

12. Щегельська О. Брендинг на споживчих і промислових ринках URL: <http://www.management.com.ua/marketing/mark002.html>.
13. Бренд «Україна» / Позиціонування української держави за кордоном. URL: <http://brandukraine.org>.
14. ІДС "Міжнародна класифікація товарів і послуг для реєстрації знаків (Ніщцька класифікація). Дев'ята редакція" URL : <http://212.82.216.37/mktp9>.