



ТЕХНІЧНИЙ ФАХОВИЙ КОЛЕДЖ

Луцького національного технічного
університету

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТ

Освітньо-професійна програма: Менеджмент

Спеціальність: 073 Менеджмент

Галузь знань: 07 Управління та адміністрування

Рівень освіти	Фахова передвища освіта
Освітньо-професійний /освітній ступінь	Фаховий молодший бакалавр
Статус навчальної дисципліни	Вибіркова (фахової підготовки)
Обсяг дисципліни (кредити ЄКТС/ загальна кількість годин)	4 кредити ЄКТС/ 120 годин
Циклова комісія	Циклова комісія менеджменту та підприємництва
Мова викладання	Українська
Мета навчальної дисципліни	Метою вивчення навчальної дисципліни «Бренд-менеджмент» є вивчення принципів і технологій формування брендів, розуміння ролі і призначення брендів у комерційній та некомерційній діяльності, формування у майбутніх фахівців соціально-відповідальної та професійно-компетентної культури управління активами торгової марки, а також формування системи знань і практичних навичок у здобувачів фахової передвищої освіти, що дозволяють розробити і оцінити ефективність бренду торгової організації.
Предмет і завдання дисципліни	Предметом вивчення навчальної дисципліни «Бренд-менеджмент» є методи, процеси та дії суб'єктів ринку, які пов'язані зі створенням та управлінням брендами і їхніми активами. Для досягнення мети основним завданням визначено формування у здобувачів знань щодо: - здобути концептуальні і методологічні знання про створення сильних брендів; - засвоїти навички аналітичної, креативної та інноваційної діяльності при проектуванні, просуванні і капіталізації брендів; - дослідити управління брендингом в комерційній та некомерційній сфері; - ознайомитися з новими технологіями брендингу та практичної діяльності бренд-менеджера.
Форма підсумкового контролю	Залік / диференційований залік
Зміст дисципліни	Змістовний модуль 1. Методологічні основи бренд-менеджменту Тема 1: Бренд-менеджмент: поняття, зміст. Класифікація брендів Поняття бренду, торгової марки та товарного знаку. Процес створення архітектури бренду. Атрибути бренду як сукупність формальних ознак позначення бренду.

	<p>Тема 2: Позичування та бренд-менеджмент Позичування бренду як унікальна торгова пропозиція. Ідентичність бренду як сукупність змістових ознак, які визначають бренд. Побудова карти позичування. Поетапна схема стратегічного формування. Репозичування бренду</p> <p>Тема 3: Моделі формування та розвитку бренду Класифікація моделей брендингу. Моделі створення бренду. Моделі визначення вартості бренду. Моделі управління брендом. Контекстна модель бренду.</p> <p>Тема 4. Міфологія брендів. Історія створення і розвитку відомих вітчизняних та зарубіжних брендів. Розробка міфу бренду.</p> <p>Змістовий модуль 2. Особливості управління брендом</p> <p>Тема 5. Психологічні аспекти брендингу Основні закони створення бренду компанії. Наймінг (розроблення назви бренду). Дизайн бренду та критерії вибору його елементів. Легенда бренду.</p> <p>Тема 6. Особливості управління брендингом Технологія управління комунікаціями бренду. Соціальні медіа як інструмент управління лояльністю споживачів бренду</p> <p>Тема 7. Стратегія розвитку бренду як рушійна сила стратегії розвитку бізнесу Зв'язок бізнес-стратегії з бренд-стратегією. Управління брендом на основі синергетичної моделі соціально-етичного маркетингу</p> <p>Тема 8. Правові основи бренд-менеджменту</p> <p>Тема 9. Територіальний брендинг. Брендинг країни Інструменти формування територіального бренду. Бренд держави: сутність та особливості формування. Платформи брендингу країни</p> <p>Тема 10. Цінність бренду Поняття марочного капіталу. Методи визначення вартості бренду. Оцінка цінності активів бренду. Критеріальна оцінка брендів. Система метрик капіталу бренду.</p>
<p>Рекомендована література</p>	<p>Основна</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Бейлі С., Мілліган Е. Міфи про бренди; пер. з англ. Я.Машико. Харків: Вид-во «Ранок» : Фабула, 2020. 256 с. 2. Бренд-менеджмент: навчальний посібник. С.Ф. Смерічевський, С.Є. Петропавловська, О.А. Радченко; Міністерство освіти і науки України, Національний авіаційний університет. Київ: НАУ, 2019. 155 с. 3. Кардаш В.Я. Маркетингова товарна політика: навч.-метод. посібник для самостійного вивчення дисципліни. К.: КНЕУ, 2018. 345 с. <p>Допоміжна</p> <ol style="list-style-type: none"> 4. Бренд-менеджмент: теорія і практика.-навч. посібник / укл.: І. В. Струтинська. Тернопіль: Принт-офіс, 2015. 204 с. <p>Інтернет-ресурси</p> <ol style="list-style-type: none"> 5. Григорчук Т.В. Брендинг: навчальний посібник для дистанційного навчання [Електронний ресурс]. Режим доступу: https://sites.google.com/site/brendingsoccult/%D0%B4%D0%BE%D0%BC%D0%B0%D1%88%D0%BD%D1%8F-%D1%81%D1%82%D0%BE%D1%80%D1%96%D0%BD%D0%BA%D0%B0-%D0%BF%D0%BE%D1%81%D1%96%D0%B1%D0%BD%D0%B8%D0%BA%D0%B0 (дата звернення: 17.02.2023) 6. https://www.management.com.ua/
<p>Види занять, методи і форми навчання</p>	<p>Форми організації освітнього процесу: лекції, практичні заняття, проектні роботи, доповіді, презентації, самостійна робота, консультації з викладачами, участь у наукових конференціях, екскурсії, дистанційне</p>

	<p>навчання.</p> <p>Освітні технології: традиційні, інтерактивні, інформаційно комунікативні, проектного навчання.</p>
Пререквізити	Дисципліна «Менеджмент».
Постреквізити	-
Критерії оцінювання	<p>Критерії оцінювання:</p> <p>Оцінка «відмінно» виставляється, якщо здобувач освіти у повному обсязі володіє навчальним матеріалом, вільно, самостійно й аргументовано його викладає, глибоко та всебічно розкриває зміст теоретичних запитань та практичних завдань, використовуючи при цьому обов'язкову та додаткову літературу, вільно послуговується науковою термінологією, розв'язує задачі стандартним або оригінальним способом, наводить аргументи на підтвердження власних думок, здійснює аналіз та робить висновки.</p> <p>Оцінка «добре» виставляється, якщо здобувач освіти достатньо повно володіє навчальним матеріалом, обґрунтовано його викладає, в основному розкриває зміст теоретичних запитань та практичних завдань, використовуючи при цьому обов'язкову літературу, розв'язує задачі стандартним способом, послуговується науковою термінологією, але при висвітленні деяких питань не вистачає достатньої глибини та аргументації, допускаються при цьому окремі неістотні неточності та незначні помилки.</p> <p>Оцінка «задовільно» виставляється, якщо здобувач освіти відтворює значну частину навчального матеріалу, висвітлює його основний зміст, виявляє елементарні знання окремих положень, записує основні формули, рівняння, закони, однак не здатний до глибокого, всебічного аналізу, обґрунтування та аргументації, не користується необхідною літературою, допускає істотні неточності та помилки.</p> <p>Оцінка «незадовільно» виставляється, якщо здобувач освіти достатньо не володіє навчальним матеріалом, однак фрагментарно, поверхово (без аргументації й обґрунтування) викладає окремі питання навчальної дисципліни, не розкриває зміст теоретичних питань і практичних завдань.</p>
Політика курсу	<p>Курс передбачає індивідуальну та групову роботу.</p> <p>Усі завдання, передбачені програмою, мають бути виконані у встановлений термін.</p> <p>Якщо здобувач освіти відсутній з поважної причини, він/вона презентує виконані завдання під час консультації викладача.</p> <p>Під час роботи над індивідуальними завданнями та проектами недопустимим є порушення академічної доброчесності.</p>