

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАХІДНОУКРАЇНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ЕКОНОМІКИ ТА УПРАВЛІННЯ**



ЗАТВЕРДЖУЮ

В.о. декана факультету економіки та управління

[Signature]
Андрій КОЦУР
2023 р.



ЗАТВЕРДЖУЮ

В.о. проректора з науково-педагогічної роботи

[Signature]
Віктор ОСТРОВЕРХОВ
2023 р.

ЗАТВЕРДЖУЮ
Директор навчально-наукового інституту новітніх освітніх технологій



[Signature]
Святослав ПИТЕЛЬ
2023 р.

РОБОЧА ПРОГРАМА


з дисципліни "Бренд менеджмент"
ступінь вищої освіти – бакалавр
галузь знань - 07 "Управління та адміністрування"
спеціальність - 073 "Менеджмент"
освітньо-професійна програма - Менеджмент

кафедра менеджменту, публічного управління та персоналу

Форма навчання	Курс	Семестр	Лекції (год)	Практ. (семін.) (год)	ІРС (год)	Тренінг, КПЗ (год.)	Самост. робота студ. (год)	Разом (год)	Залік (семестр)
денна	3	6	28	14	3	6	99	150	6
заочна	3	6	8	4	-	-	138	150	6

31.08.2023
[Signature]

Тернопіль – ЗУНУ
2023

Робочу програму склала доцент кафедри менеджменту, публічного управління та персоналу, к.е.н., доц. Олександра ОВСЯНЮК-БЕРДАДІНА 

Робоча програма затверджена на засіданні кафедри менеджменту, публічного управління та персоналу, протокол № 1 від 29.08.2023 р.

Завідувач кафедри
д-р. екон.наук, професор



Михайло ШКІЛЬНЯК

Розглянуто та схвалено групою забезпечення спеціальності "Менеджмент"
протокол № 1 від 31.08.2023р.

Голова групи забезпечення спеціальності
д-р.екон.наук, професор



Михайло ШКІЛЬНЯК

Гарант ОПШ



Жанна КРИСЬКО

СТРУКТУРА РОБОЧОЇ ПРОГРАМИ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ “БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТ”

1. Опис дисципліни “Бренд-менеджмент”

Дисципліна – Бренд-менеджмент	Галузь знань, спеціальність, ступінь вищої освіти	Характеристика навчальної дисципліни
Кількість кредитів ECTS - 5	Галузь знань 07 "Управління та адміністрування"	Статус дисципліни Вибіркова дисципліна Мова навчання українська
Кількість залікових модулів - 3	Спеціальність - 073 "Менеджмент"	Рік підготовки: <i>Денна - 3</i> <i>Заочна - 3</i> Семестр : <i>Денна - 6</i> <i>Заочна - 6</i>
Кількість змістових модулів - 2	Ступінь вищої освіти - бакалавр	Лекції: <i>Денна - 28 год.</i> <i>Заочна - 8 год.</i> Практичні заняття: <i>Денна - 14 год.</i> <i>Заочна 4 год.</i>
Загальна кількість годин – 150 год.		Самостійна робота: <i>Денна - 99 год.</i> <i>Заочна - 138 год.</i> Тренінг, КПІЗ: <i>Денна - 6 год.</i> <i>Індивідуальна робота:</i> <i>Денна - 3 год.</i>
Тижневих годин – 10,7 год., з них аудиторних – 3 год.		Вид підсумкового контролю - залік

2. Мета й завдання вивчення дисципліни “Бренд-менеджмент”

2.1. Мета вивчення дисципліни

Посилення конкуренції на ринку праці та турбулентне ринкове середовище зумовлюють необхідність побудови сильної індивідуальної професійної парадигми, яка б вигідно позиціонувала фахівця у бізнес середовищі. Результатом цього процесу є бренд, який не є усталеним та вимагає використання низки управлінських підходів для його підтримки та посилення дієвості.

Курс «Бренд-менеджмент» має суттєве значення для зміцнення конкурентних позицій майбутніх фахівців при реалізації ними професійної діяльності.

Дисципліна “Бренд-менеджмент” спрямована на формування у здобувачів ступеня вищої освіти розуміння механізмів формування, позиціонування та просування персонального бренду. Дисципліна орієнтує на опанування компетенцій щодо формування й підтримки персонального бренду з метою посилення конкурентних позицій перекладача в ринковому середовищі реалізації його професійної діяльності.

Метою дисципліни є опанування здобувачами вищої освіти сучасними підходами до формування і підтримки організаційного та персонального бренду на засадах класних та інноваційних підходів до його позиціонування та зміцнення.

2.2. Завдання вивчення дисципліни

- Завданнями вивчення дисципліни “Бренд-менеджмент” є:
- формування у майбутніх фахівців компетенцій щодо дослідження створення та просування персонального бренду;
 - розроблення комплексних програм з формування сильного організаційного та персонального бренду з метою посилення конкурентних позицій на ринку;
 - набуття навичок практичного застосування SMART-технологій у плануванні бренду організації;
 - набуття навичок написання професійного резюме та формування портфолію.

3. Програма дисципліни “Бренд-менеджмент”

Змістовий модуль 1. Базові засади бренд-менеджменту

Тема 1. Концептуальні основи бренд-менеджменту

Доцільність та актуальність формування бренду. Ключові характеристики бренду. Основи формування сильного бренду. Базові програми побудови бренду. Зовнішня архітектура бренду. Внутрішнє сприйняття бренду. Атрибути іміджу в системі бренд-менеджменту. Особливості просування бренду перекладача.

Тема 2. Зміст атрибутів бренду

Цінності персонального бренду. Створення цінності бренду. Ідентичність бренду. Візуальне оформлення образу перекладача та його елементи. Формування портфолію бренду.

Тема 3. Позиціонування бренду

Застосування SMART-технологій у плануванні кар'єрної стратегії. Кар'єрні якоря. Побудова карти позиціювання. Культура ділового спілкування. Додержання правил ділового етикету. Репозиціонування бренду.

Тема 4. Моделі формування бренду

Послідовність і автентичність персонального бренду. "Фіолетова корова" персонального бренду. Процес переконання цільової аудиторії за моделлю В. Мак-Гуйара. Контекстна модель бренду.

Змістовий модуль 2. Прикладні засади формування і реалізації бренд-менеджменту

Тема 5. Психологічне забезпечення дієвості бренду

Прояв персонального бренду у щоденних ситуаціях. Наймінг бренду. Супровід легенди бренду. Етичний супровід бренду.

Тема 6. Технологія управління брендом

Формування персонального бренду з використанням бренд-комунікацій. Маркетингові комунікації у процесах створення персонального бренду. Управління репутацією та управління кар'єрою. Соціальні комунікації як інструмент управління лояльністю стейкхолдерів бренду.

Тема 7. Стратегії розвитку бренду

Стратегія зміцнення персонального бренду. Маркетинговий комунікаційний процес між персональним брендом і цільовою аудиторією. Удосконалення управлінського стилю, розвиток лідерських якостей. Формулювання комунікації та візуалізація бренду. Оцінка бренду: за і проти. Показники, що характеризують результати бренду. Показники оцінки вартості бренду.

4. Структура залікового кредиту дисципліни "Бренд-менеджмент"

(денна форма навчання)

Назва теми	Кількість годин					
	Лекції	Практичн і заняття	Індивідуальн а робота	Тренінг, КПЗ	Самостійна робота	Контрольні заходи
Змістовий модуль 1. . Базові засади бренд-менеджменту						
Тема 1. Концептуальні основи бренд-менеджменту	4	2	1	2	14	Тести, проблемні питання, кейси, управлінські завдання
Тема 2. Зміст атрибутів бренду	4	2			14	
Тема 3. Позиціювання бренду	4	2			14	
Тема 4. Моделі формування бренду	4	2			14	
Змістовий модуль 2. Прикладні засади формування і реалізації бренд-менеджменту						
Тема 5 Психологічне забезпечення дієвості бренду	4	2	1	4	13	Тести, проблемні питання,

Тема 6. Технологія управління брендом	4	2			14	кейси, управління кі завдання
Тема 7. Стратегії розвитку бренду	4	2	1		16	
Разом	28	14	3	6	99	

(заочна форма навчання)

Назва теми	Кількість годин		
	Лекції	Практичні заняття	Самостійна робота
<i>Змістовий модуль 1. Базові засади бренд-менеджменту</i>			
Тема 1. Концептуальні основи бренд-менеджменту	1	1	20
Тема 2. Зміст атрибутів бренду			20
Тема 3. Позиціювання бренду	1		20
Тема 4. Моделі формування бренду	1	1	20
<i>Змістовий модуль 2. Прикладні засади формування і реалізації бренд-менеджменту</i>			
Тема 5 Психологічне забезпечення дієвості бренду	2	1	20
Тема 6. Технологія управління брендом	1	1	20
Тема 7. Стратегії розвитку бренду	1		18
Разом	8	4	138

5. Тематика практичних занять

Практичне заняття №1

Тема: Концептуальні основи бренд-менеджменту

Мета: Засвоєння ключових характеристик бренду та цінностей персонального бренду

Питання для обговорення:

1. Доцільність та актуальність формування бренду
2. Ключові характеристики бренду.
3. Основи формування сильного бренду. Базові програми побудови бренду.
4. Зовнішня архітектура бренду.
5. Внутрішнє сприйняття бренду.
6. Атрибути іміджу в системі бренд-менеджменту.
7. Особливості просування бренду

Практичне заняття №2

Тема: Зміст атрибутів бренду

Мета: Засвоєння базових засад побудови й підтримки автентичності персонального бренду та проявів персонального бренду в професійних ситуаціях

Питання для обговорення:

1. Цінності персонального бренду
2. Створення цінності бренду
3. Ідентичність бренду.

4. Візуальне оформлення образу та його елементи.
5. Формування портфолію бренду.

Практичне заняття №3

Тема: Позичювання бренду

Мета: Засвоєння алгоритму складання корпоративного кодексу організації

Питання для обговорення:

1. Застосування SMART-технологій у плануванні кар'єрної стратегії. Кар'єрні якоря.
2. Побудова карти позиціювання.
3. Культура ділового спілкування, в тому числі у міжнародних економічних відносинах. Додержання правил ділового етикету.
4. Репозиціонування бренду.

Практичне заняття №4

Тема: Моделі формування бренду

Мета: Опанування інструментами управління репутацією та управління кар'єрою та підходів до удосконалення індивідуального стилю

Питання для обговорення:

1. Послідовність і автентичність персонального бренду
2. "Фіолетова корова" персонального бренду.
3. Процес переконання цільової аудиторії за моделлю В. Мак-Гуйара.
4. Контекстна модель бренду.

Практичне заняття №5

Тема: Психологічне забезпечення дієвості бренду

Мета: Засвоєння методики SMART-технологій у плануванні кар'єрної стратегії

Питання для обговорення:

1. Прояв персонального бренду у щоденних ситуаціях.
2. Наймінг бренду
3. Супровід легенди бренду
4. Етичний супровід бренду

Практичне заняття №6

Тема: Технологія управління брендом

Мета: Засвоєння основних принципів побудови комунікацій та візуалізації бренду для його сприйняття цільовою аудиторією

Питання для обговорення:

1. Формування персонального бренду з використанням бренд-комунікацій.
2. Маркетингові комунікації у процесах створення персонального бренду.
3. Управління репутацією та управління кар'єрою.
4. Соціальні комунікації як інструмент управління лояльністю стейкхолдерів бренду.

Практичне заняття №7

Тема. Стратегії розвитку бренду

Мета: Оволодіння основними прийомами створення та управління портфоліо бренду, підходами до створення та супроводу власного бренду серед різних груп стейкхолдерів. Оволодіння методиками оцінки вартості персонального бренду та ранжування персоніфікованих показників оцінки бренду

Питання для обговорення:

1. Стратегія зміцнення персонального бренду.
2. Маркетинговий комунікаційний процес між персональним брендом і цільовою аудиторією.
3. Удосконалення управлінського стилю, розвиток лідерських якостей.
4. Формулювання комунікації та візуалізація бренду для його сприйняття на міжнародному рівні.
5. Показники оцінки вартості бренду.

6. Комплексне практичне індивідуальне завдання
Варіанти КПЗ з дисципліни "Бренд-менеджмент"

Варіант 1.

1. На основі аналізу міжнародного досвіду управління описати дієві технології просування особистого бренду
2. Розкрити основи культури ділового спілкування.
3. Створити тестовий паблік бренду та описати його контент-супровід в інтернеті.
4. Скласти персональне портфоліо.
5. Підготувати резюме та CV для участі у міжнародних проектах.

Варіант 2.

1. З'ясувати можливості врахування думок і рекомендацій різних груп стейкхолдерів при створенні бренду та його поширення у сфері бізнес-комунікацій
2. Визначити роль засобів масової інформації в підтримці HR-бренду.
3. Створити тестовий паблік бренду перекладача та описати його контент-супровід в інтернеті.
4. Скласти персональне портфоліо.
5. Підготувати резюме та CV для участі у міжнародних проектах.

Варіант 3.

1. З'ясувати виняткові передумови та умови формування сильного бренду.
2. Провести аналіз сильних і слабких сторін сегментованої цільової аудиторії.
3. Створити тестовий паблік бренду та описати його контент-супровід в інтернеті.
4. Скласти персональне портфоліо.
5. Підготувати резюме та CV для участі у міжнародних проектах.

Варіант 4.

1. Запропонувати способи просування в цільових аудиторіях.
2. Провести аудит особистісних ресурсів.
3. Створити тестовий паблік бренду та описати його контент-супровід в інтернеті.
4. Скласти персональне портфоліо.
5. Підготувати резюме та CV для участі у міжнародних проектах.

Варіант 5.

1. Охарактеризувати атрибути іміджу.
2. Визначити основні причини недосконалої діяльності з формування іміджу.
3. Створити тестовий паблік бренду та описати його контент-супровід в інтернеті.
4. Скласти персональне портфоліо.
5. Підготувати резюме та CV для участі у міжнародних проектах.

Варіант 6.

1. Оцінити можливості застосування SMART-технологій у плануванні кар'єрної стратегії.
2. Запропонувати способи просування персонального бренду в цільових аудиторіях.
3. Створити тестовий паблік бренду та описати його контент-супровід в інтернеті.
4. Скласти персональне портфоліо.
5. Підготувати резюме та CV для участі у міжнародних проектах.

Варіант 7.

1. З'ясувати особливості стратегії «проштовхування» персонального бренду.
2. Визначити типові помилки персонального брендінгу.
3. Створити тестовий паблік бренду та описати його контент-супровід в інтернеті.
4. Скласти персональне портфоліо.
5. Підготувати резюме та CV для участі у міжнародних проектах.

Варіант 8.

1. Описати складові елементів персонального бренду.
2. Розробити прототип ефективного професійного образу.
3. Створити тестовий паблік бренду та описати його контент-супровід в інтернеті.
4. Скласти персональне портфоліо.
5. Підготувати резюме та CV для участі у міжнародних проектах.

Варіант 9.

1. Навести приклади інформаційних приводів у створенні позитивного HR-бренду.
2. Описати ключові риси сильного персонального бренду.

3. Створити тестовий паблік бренду та описати його контент-супровід в інтернеті.
4. Скласти персональне портфоліо.
5. Підготувати резюме та CV для участі у міжнародних проектах.

Варіант 10.

1. Визначити типові помилки персонального брендінгу.
2. Описати прийоми переконання цільової аудиторії.
3. Створити тестовий паблік бренду та описати його контент-супровід в інтернеті.
4. Скласти персональне портфоліо.
5. Підготувати резюме та CV для участі у міжнародних проектах.

7. Самостійна робота:

№ п/п	Тема та зміст самостійної роботи	Форма представлення
1.	<p>Опрацювання лекційного матеріалу, законодавчих та нормативних актів, навчальної літератури, спеціальних джерел інформації.</p> <p>Підготовка есе за тематичними напрямками:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Особливості формування бренду як маркетингового продукту 2. Обґрунтування актуальності та доцільності створення бренду 3. Особливості просування бренду 4. Індивідуальність бренду 5. Сутність атрибутів бренду 6. Процес прийняття рішення про вибір цільових сегментів ринку 7. Зображення позиції бренду на картах-схемах сприйняття 8. Показники оцінки вартості бренду 9. Складові елементи та етапи формування марочного капіталу 10. Світовий досвід створення марочного капіталу суб'єктами господарювання 11. Використання TOWS/SWOT-аналізу в системному стратегічному управлінні марочним капіталом 12. Модель системного комплексного управління марочним капіталом на мікрорівні 13. Етичні аспекти брендінгу 14. Удосконалення нормативно-правової бази державного регулювання брендінгу 15. Тенденції брендінгу XXI століття 16. Бренд як семіотичний трикутник 17. Алгоритм виміру лояльності бренду 18. Особливості формування національного бренду України. 19. Психологічні методи при розробці ідентичності бренду 20. Способи аналізу лояльності бренду 	Підготовка есе з проблемних питань

8. Тренінг з дисципліни

Тематика тренінгу

1. Етапи розробки стратегії персональної конкурентної ідентичності
2. Зображення позиції персонального бренду на картах-схемах сприйняття
3. Алгоритми просування персонального бренду.

Порядок проведення тренінгу

1. Вступна частина проводиться з метою ознайомлення студентів з темою тренінгового завдання
2. Організаційна частина полягає у створенні робочого настрою у колективі студентів, визначенні правил проведення тренінгового завдання.
3. Практична частина шляхом виконання завдань.
4. Підведення підсумків. Обговорення результатів виконання завдань у групах, обмін думками.

9. Засоби оцінювання та методи демонстрування результатів навчання

В процесі вивчення дисципліни “Бренд-менеджмент” використовуються наступні засоби оцінювання та методи демонстрування результатів навчання:

- стандартизовані тести;
- поточне опитування;
- залікове модульне тестування та опитування;
- індивідуальні проекти;
- презентації результатів виконаних завдань та досліджень;
- оцінювання результатів КПЗ;
- студентські презентації та виступи на наукових заходах;
- модульна контрольна робота;
- залік.

10. Критерії, форми поточного та підсумкового контролю

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 РКР	Заліковий модуль 3	Разом, %
30	40	30	100
Усне опитування під час занять (Тема 1-4 по 10 балів = 40 балів) Модульна контрольна робота, тестування = 60 балів	Усне опитування під час занять (Тема 5-7 по 10 балів = 30 балів) Модульна контрольна робота, тестування = 70 балів	Участь у тренінгу = 20 балів Підготовка КПЗ на основі сформованих індивідуальних завдань = 40 балів Захист КПЗ - 40 балів	100

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)

11. Інструменти, обладнання та програмне забезпечення, використання яких передбачає навчальна дисципліна

№	Найменування	Номер теми
1	Мультимедійне забезпечення викладання лекцій (проектор; on-line платформи: ZOOM; Google Meet)	1-7
2	Система дистанційного навчання ЗУНУ moodle.wunu.edu.ua	1-7
3	Пакет прикладних програм базових інформаційних технологій: MS Office	
4	Телекомунікаційне програмне забезпечення (Internet Explorer, Opera, Google Chrome, Firefox)	1-7

РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ

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. Куліков О. Розвиток брендингу в Європі. *Теорія і практика інтелектуальної власності*. 2008. № 1. 2016. С. 32-43.
6. Любчук, В. Бренд-менеджмент як вид управлінської діяльності. *Соціологічні студії*. 2020. №1(16), 57–63.
7. Овсянюк-Бердадіна О.Ф., Островерхов В.М. Дуалізм сучасних проявів функціонального забезпечення менеджменту. *Регіональні аспекти розвитку продуктивних сил України*. 2020. №25. С.88-93

8. Рижко І.В. Брендинг та основні тенденції його розвитку в Україні / І.В. Рижко. URL: <http://intkonf.org/rizhko-iv-brending-ta-osnovni-tendentsiyi-yogo-rozvitku-v-ukrayini/>
9. 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.
10. Траут Дж. Большие бренды – большие проблемы: учитесь на чужих ошибках! / пер. с англ. П. Тарасенко. Днепропетровск: Баланс Бизнес Брукс, 2007. 491 с.
11. Фергюсон, Алекс. Менеджмент у стилі "Манчестер Юнайтед". Як стати чемпіоном / пер. з англ. Дмитро Кожедуб. Київ : Наш формат, 2018. 279, 33 с.
12. Шкільняк М.М., Овсянюк-Бердадіна О.Ф., Крисько Ж.Л., Демків І.О. Менеджмент. Тернопіль: Економічна думка, 2022. 258 с.
13. 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.
14. Хамініч С.Ю. Характерні особливості брендингу на споживчому ринку України. URL: nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Dtr_ep/2010_2/files/EC210_47.pdf
15. Michael Beverland Brand Management: Co-creating Meaningful Brands 1st Edition, Kindle Edition, 2018 . 414 p.