



СИЛАБУС КУРСУ БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТ

Рівень вищої освіти освітнього ступеня - бакалавр
Освітньо-професійна програма "

Дні занять:
Консультації:

Рік навчання: 2 Семестр: 4
Кількість кредитів: Мова викладання: українська

Опис дисципліни

Дисципліна “Бренд-менеджмент” спрямована на формування здобувачами теоретичних знань та вироблення ними практичних навичок щодо позиціонування та просування персонального та корпоративного бренду. Дисципліна орієнтує на опанування компетенціями щодо створення й підтримки персонального та корпоративного бренду задля посилення конкурентних позицій менеджера як фахівця на ринку праці та організації в ринковому середовищі її функціонування.

Структура курсу

Години (лек. / сем.)	Тема	Результати навчання	Завдання
4 / 2	1. Концептуальні основи бренд-менеджменту	Засвоєння ключових характеристик бренду та цінностей персонального та корпоративного бренду	Тести, питання

4 / 2	2. Зміст атрибутів бренду	Засвоєння базових засад побудови й підтримки автентичності персонального та корпоративного бренду та їх проявів з позиції стратегічного та ситуаційного менеджменту	Кейси, тести, питання
4 / 2	3. Процес позиціонування бренду	Засвоєння алгоритму складання "фіолетової корови» персонального та корпоративного бренду з використанням бренд-комунікацій та порядку застосування маркетингових комунікацій	Кейси, тести, питання
4 / 2	4. Моделі формування бренду	Опануваннями інструментами управління репутацією та управління кар'єрою менеджера та підходів до удосконалення індивідуальної траєкторії розвитку організації	Кейси, тести, питання
4 / 2	5. Психологічне забезпечення дієвості бренду	Засвоєння методик Myers–Briggs Type Indicator, SMART-технологій, циклу Колба	Кейси, тести, питання
4 / 2	6. Технологія управління брендом	Засвоєння основних підходів до побудови комунікацій та візуалізації бренду менеджера та організації для їх сприйняття цільовою аудиторією	Кейси, тести, питання
4 / 2	7. Стратегії розвитку бренду	Оволодіння основними прийомами створення та управління портфоліо бренду, підходами до створення та супроводу власного та корпоративного бренду серед різних груп стейкхолдерів	Кейси, тести, питання

Літературні джерела

1. Балук Н.Р. Комунікації у створенні персонального бренду. *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. Брендінг та основні тенденції його розвитку в Україні / І.В. Рижко. URL: <http://intkonf.org/rizhko-iv-branding-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 / С.Ю. Хамініч. URL: nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Dtr_ep/2010_2/files/EC210_47.pdf
15. Beverland Michael. Brand Management: Co-creating Meaningful Brands 1st Edition, Kindle Edition, 2018 . 414 p.
16. Guide to Brand Management: Definition, Jobs, Careers. URL: <https://www.coursera.org/articles/brand-management>
17. Brand Management - Meaning and Important Concepts. URL: <https://www.managementstudyguide.com/brand-management.htm>
18. Kapferer Jean-Noel The New Strategic Brand Management: Advanced Insights and Strategic Thinking. 2012. 512 p.

Політика оцінювання

- **Політика щодо дедлайнів та перескладання.** Для виконання індивідуальних завдань і проведення контрольних заходів встановлюються конкретні терміни. Перескладання модулів відбувається з дозволу дирекції факультету (інституту) за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний).
- **Політика щодо академічної доброчесності.** Використання друкованих і електронних джерел інформації під час контрольних заходів 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 онлайн формі за погодженням із керівником курсу.

Оцінювання

Остаточна оцінка за курс розраховується наступним чином:

Заліковий модуль 1	Заліковий модуль 2	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 КПІЗ на основі сформованих індивідуальних завдань = 40 балів Захист КПІЗ - 40 балів	100

Шкала оцінювання студентів:

ECTS	Бали	Зміст
A	90-100	відмінно
B	85-89	добре
C	75-84	добре
D	65-74	задовільно
E	60-64	достатньо
FX	35-59	незадовільно з можливістю повторного складання
F	1-34	незадовільно з обов'язковим повторним курсом