



Навчально-науковий інститут економіки,
управління, права та інформаційних технологій

КАФЕДРА МАРКЕТИНГУ

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

БРЕНДИНГ

Розробник:
Дядик Тетяна –
доцент кафедри маркетингу,
к.е.н., доцент



Назва навчальної дисципліни	БРЕНДИНГ
Місце в індивідуальному навчальному плані здобувача вищої освіти	вибіркова навчальна дисципліна професійної підготовки
Назва структурного підрозділу	Кафедра маркетингу
Контактні дані розробників, які залучені до викладання	Викладач: Дядик Тетяна, к.е.н., доцент Контакти: ауд. 465, навчальний корпус №4 e-mail: tetiana.diadyk@pdaa.edu.ua , тел.: 0507465072, сторінка викладача: https://www.pdaa.edu.ua/people/dyadyk-tetyana-vasylivna
Рівень вищої освіти	Другий (магістерський) рівень
Спеціальність Освітня програма	076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність ОПП Підприємництво
Попередні умови для вивчення навчальної дисципліни	Базові знання з маркетингу, менеджменту та економіки

Опис дисципліни

Навчальна дисципліна «Брендинг» дозволяє оволодіти теоретичними а практичними основами з брендингу, навиками аналізу бренду як маркетинговою категорією та соціальною, комунікативною; розвиває ключові фахові компетентності в області створення та управління брендом; дозволяє навчитись приймати ефективність стратегічні бізнес-рішення щодо створення та розвитку бренду.

Заплановані результати навчання:

Мета вивчення навчальної дисципліни сформувати у здобувачів вищої освіти систему професійних компетентностей з брендингу, методів його організації для ефективної діяльності підприємств в сучасних умовах.

Основні завдання навчальної дисципліни: з'ясувати сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень; забезпечення та підвищення іміджу підприємства; формування інноваційних брендів на основі сучасних моделей та управління їх використанням через бренд-сайти; вміти визначати вартість бренду, ефективність його використання, навчитись впроваджувати інновації в брендингу, відповідно до змін зовнішнього середовища.

Компетентності:		Програмні результати навчання:
загальні:	фахові:	
ЗК 2. Вміння виявляти, ставити та вирішувати проблеми. ЗК 7. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.	СК 3. Здатність до ефективного управління діяльністю суб'єктів господарювання в сфері підприємництва, торгівлі та / або біржової діяльності СК 5. Здатність до ініціювання та реалізації інноваційних проектів в підприємницькій, торговельній та/або біржовій діяльності.	ПРН 9. Розробляти і приймати рішення, спрямовані на забезпечення ефективності діяльності суб'єктів господарювання у сфері підприємницької, торговельної та/або біржової діяльності. ПРН 11. Впроваджувати інноваційні проекти з метою створення умов для ефективного функціонування та розвитку підприємницьких, торговельних та/або біржових структур.

Програма та структура навчальної дисципліни

Програма навчальної дисципліни

- Тема 1. Сутність брендингу, бренд та його види.
- Тема 2. Процес формування та проектування бренда.
- Тема 3. Стратегічний бренд-менеджмент.
- Тема 4. Комунікації у брендингу.
- Тема 5. Капітал бренда, методи його оцінювання, аудит.
- Тема 6. Правові аспекти брендингу.
- Тема 7. Бренд країни.
- Тема 8. Брендинг в сфері політики і культури.

Структура курсу

Назви тем	Кількість годин							
	денна форма навчання				заочна форма навчання			
	усього	у т. ч.			усього	у т. ч.		
л		п	с.р.	л		п	с.р.	
Тема 1. Сутність брендингу, бренд та його види.	14	2	2	10	14	2	2	10
Тема 2. Процес формування та проектування бренда.	16	2	4	10	14	2	2	10
Тема 3. Стратегічний бренд-менеджмент.	16	2	4	10	14	2	2	10
Тема 4. Комунікації у брендингу.	16	2	4	10	14	2	2	10
Тема 5. Капітал бренда, методи його оцінювання, аудит.	16	2	4	10	12	2		10
Тема 6. Правові аспекти брендингу.	14	2	2	10	10			10
Тема 7. Бренд країни.	14	2	2	10	12	2		10
Тема 8. Брендинг в сфері політики і культури.	14	2	2	10	10			10
Інд. завдання: контр. роб. для з.ф.н.	-	-	-		20			20
Усього годин	120	16	24	80	120	12	8	100

Оцінювання результатів навчання

Одним із обов'язкових елементів освітнього процесу є систематичний поточний контроль оволодіння компетентностями та підсумкова оцінка рівня досягнення програмних результатів навчання.

Форми контролю результатів навчання (денна форма навчання)

ПРН	Форми контролю					
	Розв'язання тестів	Виконання практичного завдання	Глосарій	Презентація / Реферат	Тези / Стаття	Разом
ПРН 9	8	12	8	10	12	50
ПРН 11	8	12	8	10	12	50
Разом	16	24	16	20	24	100

Форми контролю результатів навчання (заочна форма навчання)

ПРН	Форми контролю			
	Розв'язання тестів	Виконання практичного завдання	Контрольна робота	Разом
ПРН 9	8	12	30	50
ПРН 11	8	12	30	50
Разом	16	24	60	100

**Схема нарахування балів з навчальної дисципліни
(денна форма навчання)**

Назва теми	Форми оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти					Разом
	Розв'язання тестів	Виконання практичного завдання	Глосарій	Презентація / Реферат	Тези / Стаття	
Тема 1. Сутність брендингу, бренд та його види.	2	3	2			7
Тема 2. Процес формування та проектування бренда.	2	3	2			7
Тема 3. Стратегічний бренд-менеджмент.	2	3	2			7
Тема 4. Комунікації у брендингу.	2	3	2			7
Тема 5. Капітал бренда, методи його оцінювання, аудит.	2	3	2			7
Тема 6. Правові аспекти брендингу.	2	3	2			7
Тема 7. Бренд країни.	2	3	2			7
Тема 8. Брендинг в сфері політики і культури.	2	3	2			7
За будь якою темою				20		20
За будь якою темою					24	24
Разом	16	24	16	20	24	100

**Схема нарахування балів з навчальної дисципліни
(заочна форма навчання)***

Назва теми	Форми оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти			Разом
	Розв'язання тестів	Виконання практичного завдання	Контрольна робота	
Тема 1. Сутність брендингу, бренд та його види.	4	6		10
Тема 2. Процес формування та проектування бренда.	4	6		10
Тема 3. Стратегічний бренд-менеджмент.	4	6		10
Тема 4. Комунікації у брендингу.	4	6		10
Тема 5. Капітал бренда, методи його оцінювання, аудит.				60

Тема 6. Правові аспекти брендингу.				
Тема 7. Бренд країни.				
Тема 8. Брендинг в сфері політики і культури.				
Індивідуальне завдання (контр роб)				60
Разом	16	24	60	100

* На кожному практичному занятті всі види робіт оцінюються по двом темам

Шкала оцінювання:

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ЄКТС	2-х бальна
90 – 100	A	зараховано
82 – 89	B	
74 – 81	C	
64 – 73	D	
60 – 63	E	
35 – 59	FX	незараховано
1 – 34	F	

Трудомісткість:

Загальна кількість годин – 120 год. Кількість кредитів –4,0. Форма семестрового контролю –залік.

Політика навчальної дисципліни

Відвідування занять є обов'язковим. Усі завдання, передбачені програмою, мають бути виконані у встановлений термін. За використання телефонів і комп'ютерних засобів без дозволу викладача, порушення дисципліни здобувач вищої освіти отримує на занятті 0 балів та зобов'язаний відпрацювати таке заняття.

Здобувач вищої освіти повинен дотримуватись [Кодексу академічної доброчесності та Кодексу про етику викладача та здобувача вищої освіти Полтавського державного аграрного університету](#). Дотримання академічної доброчесності здобувачами освіти передбачає: самостійне виконання навчальних завдань, завдань поточного та підсумкового контролю результатів навчання (для осіб з особливими освітніми потребами ця вимога застосовується з урахуванням їхніх індивідуальних потреб і можливостей); посилення на джерела інформації у разі використання ідей, розробок, тверджень, відомостей; дотримання норм законодавства про авторське право і суміжні права; надання достовірної інформації про результати власної навчальної (наукової, творчої) діяльності, використанні методики досліджень і джерела інформації.

Письмові роботи перевіряються на наявність плагіату і допускаються до захисту із коректними текстовими запозиченнями у межах встановлених норм. У разі виявлення факту плагіату здобувач вищої освіти отримує за завдання 0 балів і повинен повторно виконати його. Списування під час контрольних робіт та екзаменів заборонені (у т. ч. із використанням мобільних пристроїв). Мобільні пристрої дозволяється використовувати лише під час он-лайн тестування. Документи стосовно академічної доброчесності наведені на сторінці АКАДЕМІЧНА ДОБРОЧЕСНІСТЬ ПДАУ: <https://www.pdaa.edu.ua/content/akademichna-dobrochesnist>.

Є можливість опанування даної навчальної дисципліни за програмами академічної мобільності (внутрішньої / міжнародної) за наявними укладеними угодами (договорами)

між Університетом та закладом-партнером та / або індивідуальними запрошеннями. Визнання та перезарахування результатів такого навчання відбувається спеціально створеною комісією на підставі поданих здобувачем вищої освіти відповідних документів з використанням Європейської кредитно-трансферної системи. Організаційні процеси навчання за програмами академічної мобільності регламентуються Положенням про академічну мобільність здобувачів вищої освіти Полтавського державного аграрного університету.

Додаткові матеріали для вивчення навчальної дисципліни:

Презентації, відеоролики, матеріали на платформі MOODLE.

Методичні рекомендації:

1. Дядик Тетяна. Брендинг. *Методичні рекомендації щодо проведення практичних занять* для здобувачів вищої освіти галузі знань 07 Управління та адміністрування СВО Магістр. Полтава: ПДАУ, кафедра маркетингу, 2022. 48 с.
2. Дядик Т.В. Брендинг. *Методичні рекомендації щодо самостійної роботи* здобувачів вищої освіти галузі знань 07 Управління та адміністрування СВО Магістр. Полтава: ПДАУ, кафедра маркетингу, 2022. 22 с.
3. Дядик Т.В. Брендинг. *Методичні рекомендації для виконання контрольних робіт* (здобувачам вищої освіти заочної форми навчання освітньо-професійною програмою Підприємництво спеціальності 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність). Полтава: ПДАУ, кафедра маркетингу, 2022. 15 с.

Рекомендовані джерела інформації

Основні

1. Бренд-менеджмент. Конспект лекцій. Київ: КІІ ім. Ігоря Сікорського, 2020. 76 с.
URL: https://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/34765/1/Brand-management_Konspekt.pdf
2. 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. URL: https://er.nau.edu.ua/bitstream/NAU/43488/1/%D0%91%D0%A0%D0%95%D0%9D%D0%94%20%D0%9C%D0%95%D0%9D%D0%95%D0%94%D0%96%D0%9C%D0%95%D0%9D%D0%A2_2019_%D0%9F%D0%9E%D0%A1%D0%86%D0%91%D0%9D%D0%98%D0%9A.pdf
3. Ідріс Муті. Брендинг за 60 хвилин. Переклад Олексій Чупа. 2019. 256 с.
4. Деніел Роулз. Цифровий брендинг. Переклад Катерина Деревянко. 2020. 256 с.
5. Саймон Бейлі, Енді Мілліган. Міфі про брендинг. Фабула. 2020. 256 с.
6. Штовба О.В. Товарний брендинг в маркетинзі та комунікативному менеджменті: навчальний посібник Вінниця: ВНТУ, 2014. URL: https://www.researchgate.net/publication/280873566_Tovarnij_brending_v_marketinzi_ta_komunikativnomu_menedzmenti?enrichId=rgreq-11cdf664098b1d25ac6f14150559f5b-XXX&enrichSource=Y292ZXJQYWdlOzI4MDg3MzU2NjBzUzoyNjExNTM0OTg1OTUzMjhAMTQzOTI3NTI1NDc4NA%3D%3D&el=1_x_2&_esc=publicationCoverPdf
7. Пономарьова Є.А. Бренд-менеджмент. URL: <https://stud.com.ua/154412/marketing/brend-menedzhment>.
8. Кейт Динни. Брендинг територій. Лучшие мировые практики. 2013. 336 с.
9. Окландер М.А., Кірносова М.В. Маркетингова товарна політика: навчальний посібник. К.: Центр учбової літератури, 2014. 208 с.

10. Струтинська І. В. Бренд-менеджмент: теорія і практика. Тернопіль: Принт-офіс, 2015. URL: http://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/123456789/7116/6/Navchalno_metodychnyj_pidruchnyk.pdf

Допоміжні

1. Дядик Т. В. Брендінг та інтернет-брендінг – найважливіші інструменти формування бренду підприємства. *Економічний простір: Збірник наукових праць*. № 156. Дніпро: ПДАБА, 2020. С. 124-128. Index Copernicus та Google Scholar. URL: http://dspace.pdaa.edu.ua:8080/bitstream/123456789/8236/1/%d0%9f%d0%94%d0%90%d0%91%d0%90%20%d0%95%d0%ba%d0%be%d0%bd%d0%be%d0%bc%d1%96%d1%87%d0%bd%d0%b8%d0%b9%20%d0%bf%d1%80%d0%be%d1%81%d1%82%d1%96%d1%80%20e2%84%96156_2020-%d1%81%d1%82%d0%be%d1%80%d1%96%d0%bd%d0%ba%d0%b8-1-8%2c124-128.pdf

2. Дядик Т.В., Загребельна І.Л., Світлична А.В. Формування «колеса бренду» закладу вищої освіти та його просування на ринку освітніх послуг. Науковий економічний журнал «Інтелект ХХІ». №3. 2021. С. 7-81.

3. Решетнікова О. В., Даниленко В. І., Дядик Т. В. Доцільність формування глобалізації бренду в сучасному середовищі міжнародного маркетингу. *Економічний простір: Збірник наукових праць*. № 178. Дніпро: ПДАБА, 2022. С. 7-11. URL: <http://www.prostir.pdaba.dp.ua/index.php/journal/article/view/1058>

4. Дядик Т.В. Особливості формування національного бренду країни. *Інноваційні рішення в економіці, бізнесі, суспільних комунікаціях та міжнародних відносинах: матеріали II Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції: у 2 т. Т. 1*. Дніпро: Університет митної справи та фінансів, 2022. С. 144-147. <https://drive.google.com/file/d/1Ef7ICJuEITgbFJlZmOskjCAeIB0Ca8Mc/view>

5. Дядик Т.В. Найважливіші інструменти формування бренду підприємства. *Маркетингове забезпечення продуктового ринку*. Збірник тез XIV Міжнародної науково-практичної конференції (м. Полтава, 24 травня 2022 року). Полтава: ПДАУ. 2022. С. 19-22.

Інформаційні ресурси мережі Інтернет

1. Інфографіка: 20 нових брендів, які вийшли на український ринок в 2018 році. URL: <https://rau.ua/novyni/grafika-20-novyh-brendov-2018/>

2. Бренд року. URL: <https://www.facebook.com/brandoftheyear/>

3. Премія HR-бренд. URL: <http://hrbrand.com.ua/>

4. Гільдія брендів. URL: <http://guild-brands.com/brendyi>