

ЗАГАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ ПРО НАВЧАЛЬНУ ДИСЦИПЛІНУ

Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський) рівень вищої освіти, другий (магістерський) рівень вищої освіти спеціальності Н6 Ветеринарна медицина
Код і найменування спеціальності	Усі спеціальності ПДАУ, окрім спеціальності D5 Маркетинг
Тип і назва освітньої програми	Вибіркова міжфакультетська навчальна дисципліна.
Курс, семестр	2 курс, 4 семестр.
Обсяг і форма семестрового контролю з навчальної дисципліни	Кількість кредитів ЄКТС – 3, Загальна кількість годин – 90, із яких: <i>Денна форма здобуття освіти:</i> лекцій – 16 год., практичних занять – 14 год. самостійна робота – 60 год. <i>Заочна форма здобуття освіти:</i> лекцій – 2 год., практичних занять – 2 год. самостійна робота – 86 год. Форма семестрового контролю – залік
Мова (и) викладання	Державна
Навчально-науковий інститут / факультет, кафедра	Навчально-науковий інститут економіки, управління, права та інформаційних технологій, кафедра маркетингу
Контактні дані розробника	<p>Викладачка: Дядик Тетяна Василівна, к.е.н., доцент, доцент кафедри маркетингу</p> <p><i>Контакти:</i> аудиторія 464а, (ПДАУ, навчальний корпус № 4)</p> <p><i>e-mail:</i> tetiana.diadyk@pdau.edu.ua</p> <p><i>Сторінка викладачки:</i> https://www.pdau.edu.ua/people/dyadyk-tetyana-vasylivna</p>



МІСЦЕ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ В ОСВІТНІЙ ПРОГРАМІ

Статус навчальної дисципліни	Вибіркова навчальна дисципліна.
Передумови для вивчення навчальної дисципліни	Відсутні
Компетентності	<p>Загальні:</p> <p>ЗК 5. Здатність генерувати нові ідеї (креативність, бути критичним і самокритичним).</p> <p>ЗК 7. Здатність до адаптації, творчості, генерування нових ідей та дій у новій ситуації, формувати та демонструвати лідерські якості та поведінкові навички</p>

Результати навчання	РН 3. Виявляти навички самостійної і командної роботи, гнучкого, креативного та критичного мислення, відкритості до нових знань у дослідницькій діяльності та професійному спілкуванні.
РОЛЬ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ У ФОРМУВАННІ СОЦІАЛЬНИХ НАВИЧОК (SOFT SKILLS)	
Навчальна дисципліна передбачає набуття загальних компетентностей та комплексу соціальних навичок (soft skills), притаманних сучасному фахівцю: комунікативні (комунікабельність, виховання потреби систематичного оновлення своїх знань для їх практичного застосування, проведення презентації, робота в команді, зворотний зв'язок); когнітивні та інформаційні (логіка, бажання навчатися, критичне мислення, самоорганізація); креативні (генерація нових ідей та інноваційних рішень); безконфліктність (вміння врегулювати суперечності між членами команди або зацікавленими сторонами в процесі реалізації проектів брендингу); лідерство (розвиток навичок управління командою, мотивації співробітників та прийняття рішень).	
МЕТА ВИВЧЕННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ	
сформувати у здобувачів вищої освіти систему професійних компетентностей з брендингу, методів його організації для ефективної підприємницької діяльності в сучасних умовах	
ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ	
<p>Тема 1. Сутність брендингу, бренд та його види.</p> <p>Тема 2. Процес формування та проектування бренда.</p> <p>Тема 3. Стратегічний бренд-менеджмент.</p> <p>Тема 4. Комунікації у брендингу.</p> <p>Тема 5. Капітал бренда, методи його оцінювання, аудит.</p> <p>Тема 6. Правові аспекти брендингу.</p> <p>Тема 7. Бренд країни.</p> <p>Тема 8. Брендинг в сфері політики і культури.</p>	
МЕТОДИ НАВЧАННЯ І ВИКЛАДАННЯ	
Словесні методи (лекція, розповідь-пояснення, бесіда), наочні (ілюстрування, демонстрування); практичні методи (вправи; робота з навчально-методичною літературою: конспектування, тезування, анотування, підготовка реферату); методи формування пізнавальних інтересів (створення ситуації інтересу та новизни навчального матеріалу; метод використання життєвого досвіду; навчальні дискусії для вирішення проблемної ситуації); інтерактивні методи (дискусії, диспути, проектування професійних ситуацій, кейс-метод, «Мозковий штурм»); комп'ютерні і мультимедійні методи (використання мультимедійних презентацій, дистанційне навчання); методи усного контролю (опитування, бесіда, доповіді); методи письмового контролю (письмове виконання практичних завдань, самостійна робота, творче завдання, розв'язування тестів).	
ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ	
Схема нарахування балів, шкала оцінювання результатів навчання	Наведені в Додатку до Силабусу
ПОЛІТИКА ВИВЧЕННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ ТА ОЦІНЮВАННЯ	
– щодо термінів виконання та перекладання	Здобувач вищої освіти зобов'язаний дотримуватись крайніх термінів (дата для аудиторних видів робіт або час в системі дистанційного навчання LMS Moodle), до яких має бути виконано певне завдання Терміни виконання та перекладання регламентуються Положенням про оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти в Полтавському державному аграрному університеті https://surl.li/fovtf1 та Положенням про організацію освітнього процесу в Полтавському державному аграрному університеті https://surl.li/vtddik . Перекладання поточного та підсумкового контролю відбуваються за наявності поважних причин з дозволу директорату.
– щодо академічної доброчесності	Дотримання академічної доброчесності здобувачами освіти передбачає: самостійне виконання навчальних завдань, завдань

	<p>поточного та підсумкового контролю результатів навчання (для осіб з особливими освітніми потребами ця вимога застосовується з урахуванням їхніх індивідуальних потреб і можливостей); посилання 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, використані методики досліджень і джерела інформації. Документи, що стосуються академічної доброчесності, представлені на вкладці «Академічна доброчесність» Полтавського державного аграрного університету: http://surl.li/irohph. Здобувач вищої освіти повинен дотримуватись Кодексу академічної доброчесності http://surl.li/sbyeab та Кодексу про етику викладача та здобувача вищої освіти Полтавського державного аграрного університету http://surl.li/cbcoqm.</p>
<p>– щодо відвідування занять</p>	<p>Відвідування здобувачами вищої освіти всіх видів навчальних занять є обов'язковим.</p> <p>Не дозволяються пропуски занять та запізнення з неповажних причин. Здобувачі освіти повинні приймати активну участь під час проведення занять, виконувати необхідний мінімум навчальної роботи, що є допуском до підсумкового контролю. В умовах впровадження дистанційної форми навчання за наявності об'єктивних причин (наприклад, лікарняні, індивідуальний графік, знаходження на карантині тощо) та за узгодженням з викладачем, освоєння навчальної дисципліни здобувачами вищої освіти може здійснюватися самостійно, на засадах академічної доброчесності. При цьому щотижня здобувач вищої освіти має звітувати через електронну пошту, або через систему дистанційного навчання LMS Moodle про стан виконання завдань.</p>
<p>– щодо зарахування результатів неформальної \ неформальної освіти</p>	<p>Здобувачі вищої освіти мають право на перезарахування результатів навчання, набутих у неформальній та інформальній освіті згідно відповідного Положення про порядок визнання результатів навчання, набутих у неформальній та інформальній освіті, здобувачами вищої освіти Полтавського державного аграрного університету https://surl.lu/igglae. Здобувачі можуть самостійно на платформах онлайн-освіти, шляхом участі у короткострокових навчальних програмах і проектах (з видачею сертифіката) опановувати навчальний матеріал, який за змістом дозволяє набути очікувані навчальні результати дисципліни.</p>
<p>– щодо оскарження результатів оцінювання</p>	<p>Після оголошення результатів поточного або семестрового контролю здобувач освіти має право звернутися до викладача з проханням надати роз'яснення щодо отриманої оцінки.</p> <p>Підставами для оскарження результату оцінювання можуть бути: недотримання викладачем системи оцінювання, вказаної у робочій програмі навчальної дисципліни, необ'єктивне оцінювання та/або наявність конфлікту інтересів, якщо про його існування здобувачу вищої освіти не було і не могло бути відомо до проведення оцінювання. Результат оцінювання може бути оскаржений не пізніше наступного робочого дня після його оголошення. Для оскарження результату оцінювання здобувач вищої освіти звертається з письмовою заявою до директора навчально-наукового інституту. Порядок оскарження результатів оцінювання здобувачів вищої освіти регламентується Положенням про оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти в Полтавському державному аграрному університеті</p>

Основні

1. Бренд-менеджмент у сучасному бізнесі: навчальний посібник / упорядник О.М. Марченко. Львів: Львівський державний університет внутрішніх справ, 2023. 268 с. URL: <https://dspace.lvduvs.edu.ua/bitstream/1234567890/6178/1/Марченко%20О.М.%20-макет.pdf>
2. Бренд-маркетинг: конспект лекцій. – Луцьк: Вид-во КП ІА «Волиньенергософт», 2023. 88 с. URL: https://evnuir.vnu.edu.ua/bitstream/123456789/23302/1/BM_kl.pdf
3. Бренд-менеджмент. Конспект лекцій. Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2020. 76 с. URL: https://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/34765/1/Brand-management_Konspekt.pdf
4. Лазебник В.В., Гаврилюк Ю.Г. Бренд-менеджмент: навчальний посібник. Київ : НУБіП України, 2024. 554 с. URL: <https://dglip.nubip.edu.ua/server/api/core/bitstreams/8da27a32-0092-4111-8e87-e250e8e618fa/content>.
5. Григорчук Т.В. Брендінг. Навчальний посібник для дистанційного навчання. Київ. 2023. URL: <https://surl.li/mddfom>.
6. 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://files.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Inshi83/0062772.pdf>.

Допоміжні

7. Ідріс Муті. Брендінг за 60 хвилин. Переклад Олексій Чупа. 2019. 256 с.
8. Деніел Роулз. Цифровий брендінг. Переклад Катерина Деревянко. 2020. 256 с.
9. Саймон Бейлі, Енді Мілліган. Міфи про брендінг. Фабула. 2020. 256 с.
10. Пономарьова Є.А. Бренд-менеджмент. URL: <https://stud.com.ua/154412/marketing/brend-meneditment>.
11. Струтинська І. В. Бренд-менеджмент: теорія і практика. Тернопіль: Прінт-офіс, URL: http://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/123456789/7116/6/Navchalno_metodychnyj_pidruchnyk.pdf.
12. Бренд-менеджмент: маркетингові технології: тези доп. V Міжнар. наук.-практ. конф. (Київ, 14 берез. 2023 р.) / відп. ред. А. Мазаракі. Київ : Держ. торг.-екон. ун-т, 2023. 516 с. URL: <https://knute.edu.ua/file/MzEyMQ==/dfa2684085a58809d90b630a0fe26059.pdf/>
13. Дядик Т.В. Брендінг та інтернет-брендінг – найважливіші інструменти формування бренду підприємства. *Економічний простір: Збірник наукових праць*. № 156. Дніпро: ПДАБА, 2020. С. 124-128. URL: <http://prostir.pdaba.dp.ua/index.php/journal/article/view/549/532>.
14. 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 XXI»*. №3. 2021. С. 7-81. http://www.intellect21.nuft.org.ua/journal/2021/2021_3/16.pdf.
15. 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>
16. Дядик Т.В., Даниленко В.І., Панасенко В.А. Креативність у бренд-стратегіях міжнародного HR-маркетингу. *Економічний простір*. №200. 2025. С. 167-173. URL: <https://economic-prostir.com.ua/wp-content/uploads/2025/05/200-167-173-dyadyk.pdf> <https://doi.org/10.30838/EP.200.167-173>
17. Решетнікова О.В., Дядик Т.В., Даниленко В.І. Креативний контент у соціальних мережах як стратегія брендінгу. *Економічний простір*. №201. 2025. С. 138-143. URL: <https://economic-prostir.com.ua/wp-content/uploads/2025/06/201-138-143-reshetnikova.pdf>
18. Лядський І.К., Дядик Т.В., Писаренко В.В. Соціальна відповідальність бренду в контексті підсилення кадрової безпеки підприємства. *Актуальні проблеми сталого розвитку*. 2025. Том 2. № 5. С. 244-250. [https://doi.org/10.60022/2\(5\)-28S](https://doi.org/10.60022/2(5)-28S).
19. 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/1Ef7ICJuEITgbFJIZmOskjCAeIB0Ca8Mc/view>
20. 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.

21. Дядик Т.В. Інновації в HR-стратегія українських брендів. *Маркетингове забезпечення продуктового ринку. Збірник тез XVII Міжнародної науково-практичної конференції* (м. Полтава, 14 травня 2025 року). Полтава: ПДАУ. 2025. С. 70-73. URL: <https://www.pdau.edu.ua/sites/default/files/node/18799/zbirnykmarketingovezabezpechennyaproduktovogorynku2025compressed.pdf>

Інформаційні ресурси

1. Офіційний сайт. Премія Бренд року. URL: <https://www.facebook.com/brandoftheyear/>
2. Офіційний сайт щорічної події Премія HR-бренд. URL: <https://hr-brand.com/>
3. Офіційний сайт. Гільдія брендів. Всеукраїнський бізнес-конкурс. URL: <https://brandoftheyear.international/ukr/gildiya-brendov/>
4. Офіційний сайт. Українська асоціація маркетингу. URL: <https://uam.in.ua/ukr/>
5. Офіційний сайт. Всеукраїнська рекламна коаліція. URL: <https://vrk.org.ua>
6. Аналітичний портал про маркетингові комунікації Marketing Media Review. URL: <https://mmr.ua/>
7. Офіційний сайт. Американська асоціація маркетингу <https://www.ama.org>.
8. Інформаційний портал «BrandStory». URL: <http://brandstory.com.ua/>

Онлайн-курси:

1. Курс «Бренд-менеджер». Онлайн-платформа «Освітній хаб міста Києва». URL: <https://eduhub.in.ua/courses/profesiya-brend-menedzher>
2. Курс «Маркетинг: розробка та продаж пропозиції цінності». Онлайн-платформа «Prometheus». URL: https://prometheus.org.ua/course/coursev1:Prometheus+MARKETING101+2015_T2
3. Курс «Цифровий маркетинг». Онлайн-платформа «Prometheus». URL: https://prometheus.org.ua/course/course-v1:Prometheus+DM101+2021_T1
4. Курс «Успішний стартап: від ідеї до масштабування». Онлайн-платформа «Prometheus». URL: https://prometheus.org.ua/course/coursev1:UkrainianStartupFund+S_STARTUP101+2023_T1
5. Курс «Івент-менеджер». Онлайн-платформа «Освітній хаб міста Києва». URL: <https://eduhub.in.ua/courses/profesiya-ivent-menedzher>
1. 6. Курс «Організація івентів». Онлайн-платформа «Освітній хаб міста Києва». URL: <https://eduhub.in.ua/courses/organizaciya-iventiv>

Реквізити затвердження

Затверджено на засіданні кафедри маркетингу
№ 1 від 01 вересня 2025 року.

Додаток до силябусу

СХЕМА НАРАХУВАННЯ БАЛІВ, ШКАЛА ТА КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ

Схема нарахування балів з навчальної дисципліни (денна форма здобуття освіти)

Назва теми	Форми контролю результатів навчання здобувачів вищої освіти					Разом
	Розв'язання тестів	Практичні вправи	Самостійна робота			
			Глосарій	Презентація	Реферат	
Тема 1. Сутність брендингу, бренд та його види.	2	5	4			11
Тема 2. Процес формування та проєктування бренда.	2	5	4			11
Тема 3. Стратегічний бренд-менеджмент.	2	5	4			11
Тема 4. Комунікації у брендингу.	2	5	4			11
Тема 5. Капітал бренда, методи його оцінювання, аудит.	2	5	4			11
Тема 6. Правові аспекти брендингу.	2	5	4			11
Тема 7. Бренд країни.	2	5	4			11
Тема 8. Брендінг в сфері політики і культури			4			4
За будь якою темою				10		10
За будь якою темою					9	9
Разом	14	35	32	10	9	100

**додаткову кількість балів здобувач вищої освіти може отримати опублікувавши тези доповідей у межах тем дисципліни. Максимальна кількість балів за опубліковані тези – 10 балів – додаються в кінці семестру.*

Схема нарахування балів з навчальної дисципліни (заочна форма здобуття освіти)

Назва теми	Форми контролю результатів навчання здобувачів вищої освіти			Разом
	Розв'язання тестів	Виконання практичних вправ	Контрольна робота	
Тема 1. Сутність брендингу, бренд та його види.	16*	20*		36
Тема 2. Процес формування та проєктування 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. Брендінг в сфері політики і культури.				
Індивідуальне завдання (контр роб)			64	64
Разом	16	20	64	100

** Усі види робіт оцінюються по декільком темам*

Поточний контроль здійснюється на практичних заняттях впродовж семестру у формі розв'язування тестів, виконання практичних завдань, виконання презентації, виконання завдань самостійної роботи.

Форми, шкала та критерії оцінювання результатів навчання при проведенні поточного контролю успішності здобувачів вищої освіти:

Шкала та критерії оцінювання розв'язування тестів

Кількість балів	Критерії оцінювання
0-2	По кожній темі 10 тестових завдань. Бали: від 0-2 (по 0,2 балів за кожен правильну відповідь)

Шкала та критерії оцінювання виконання вправ на практичних заняттях

Кількість балів	Критерії оцінювання
4-5	відповіді правильні, обґрунтовані, осмислені та характеризують наявність спеціалізованих концептуальних знань на рівні новітніх досягнень, критичне осмислення проблем у навчанні. Відповідь характеризує уміння виявляти та розв'язувати проблему, інтегрувати знання та повністю відображає визначений результат навчання за темою
2-3	відповідь правильна, але має певні неточності, недостатньо обґрунтована та осмислена, характеризує уміння застосовувати знання в практичній діяльності, але має певні неточності та неповноту засвоєння результату навчання
0	відповідь демонструє нечіткі уявлення студента про об'єкт вивчення, характеризує незадовільний рівень знань

Шкала та критерії оцінювання питань самостійної роботи (глосарій)

Кількість балів	Критерії оцінювання
1	Глосарій складено за максимальною кількістю термінів з теми, що наведені у завданнях з самостійної роботи
0	Глосарій складено за мінімальною кількістю термінів (1 термін) або не виконаний

Шкала та критерії оцінювання самостійної роботи (підготовка реферату)

Кількість балів	Критерії оцінювання
7-9	проблема, яка розглядається в рефераті, викладена повно, послідовно, логічно; список використаних джерел 5-6 позицій, відповідає діючому стандарту оформлення бібліографії: здобувач при захисті реферату повністю демонструє засвоєний результат навчання за темою реферату.
1-6	тема реферату викладена досить повно, але є певні недоліки щодо відповідності результату навчання, логіці викладу; бібліографічний список нараховує 4-5 джерел, відповідає сучасним правилам, але містить певні помилки, здобувач при захисті реферату не повністю володіє матеріалом щодо результату навчання за темою реферату.
0	тема реферату нерозкрита або ж повністю не розкриває заявлений результат навчання, у бібліографічному списку менше 2 наукових джерел, і він подається не за сучасними правилами, здобувач відмовляється від захисту.

Шкала та критерії оцінювання самостійної роботи (підготовка презентації)

Кількість балів	Критерії оцінювання
9-10	зміст презентації відповідає темі та результату навчання; наявність творчого підходу складання презентації; якісно підготовлена практична розробка, дотримані всі вимоги щодо технічного й естетичного оформлення роботи і орфографічних вимог, наявності електронного (на носіїві) матеріалу презентації.
1-8	наявність незначних недоліків у відповідності теми презентації заявленому результату навчання, виконанні презентації та її оформленні.
0	наявність суттєвих недоліків або ж повній невідповідності теми презентації результату навчання, вимогам щодо обсягу, оформлення та викладу змісту презентації.

Шкала та критерії оцінювання написання тез доповіді

Кількість балів	Критерії оцінювання
9-10	Тези підготовлені на актуальну тему з дисципліни та повністю демонструють засвоєні результати навчання, розроблені відповідно до вимог редакції, подані до друку та мають високий рівень оригінальності (більше 80%).
1-8	Тези підготовлені на актуальну тему з дисципліни, демонструють засвоєні результати навчання, розроблені відповідно до вимог редакції, проте потребують суттєвого доопрацювання
0	Тези виконані частково, не розкривають результати навчання за дисципліною, мають низький рівень оригінальності (менше 60%)

Шкала та критерії оцінювання контрольної роботи для здобувачів заочної форми здобуття освіти

Вид завдання	Кількість балів	Критерії оцінювання
Теоретичне	1-15 балів	Свідоме і повне відтворення матеріалу з деякими неточностями у другорядному матеріалі; виклад матеріалу достатньо обґрунтований, проте дещо порушено послідовність викладу та не повністю розкритий результат навчання.
	15-30 балів	Виклад матеріалу глибоко обґрунтований, логічний, переконливий. Відповідь містить приклади, що свідчить про творче застосування матеріалу. Відповідь на теоретичні питання стилістично та граматично правильна, показує на відмінні знання та вміння, повністю демонструє засвоєний результат навчання
Максимальна кількість балів	30 балів	
Професійно-орієнтоване	1-15 балів	Кількісна обробка результатів виконана правильно, проте містить деякі технічні помилки та неточності. Розв'язок практичного завдання зведений лише до кінцевої відповіді без наведення послідовності розрахунків
	15-34 балів	Зроблено інтерпретацію результатів, яка містить узагальнену характеристику досліджуваного явища, описуються можливі причини такого результату, зазначаються типологічні особливості. Рекомендації конкретизовані відносно одержаних результатів. Завдання виконано стилістично та граматично правильно з використанням професійних термінів
Максимальна кількість балів	34 бали	
Всього	64 балів	