



КАФЕДРА МАРКЕТИНГУ

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
Брендинг

Освітньо-професійна програма Маркетинг
спеціальність 075 Маркетинг
галузь знань 07 Управління та адміністрування
освітній ступінь Магістр

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



Гарант ОПП:
Писаренко Володимир –
завідувач, професор кафедри маркетингу,
д.е.н., професор



Назва навчальної дисципліни	БРЕНДИНГ обов'язкова дисципліна професійної підготовки
Назва структурного підрозділу	Кафедра маркетингу
Контактні дані розробників, які залучені до викладання	Викладач: Дядик Тетяна , к.е.н., доцент Контакти: ауд. 462, 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	075 Маркетинг
Попередні умови для вивчення навчальної дисципліни	Базові знання з економіки За відповідним рівнем, дисципліни, що передують вивченню Брендингу – «Інноваційний розвиток підприємства», «Інтернет-маркетинг», «Стратегічний маркетинг»

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 сформувані 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; вміння визначати вартість бренду, ефективність його використання, навчитись впроваджувати інновації в брендингу, відповідно до змін зовнішнього середовища.

Компетентності:		Програмні результати навчання:
<i>загальні:</i>	<i>фахові:</i>	
ЗК 2. Здатність генерувати нові ідеї (креативність). ЗК 7. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість. ЗК 8. Здатність розробляти проекти та управляти ними. ЗК 11. Здатність формувати та проявляти лідерські навички, вести ділові переговори, вміння продуктивно використовувати свій час, стресостійкість.	ФК4. Здатність застосовувати творчий підхід до роботи за фахом. ФК6. Здатність обирати і застосовувати ефективні засоби управління маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта на рівні організації, підрозділу, групи, мережі. ФК 9. Здатність здійснювати на належному рівні теоретичні та прикладні дослідження у сфері маркетингу. ФК 11. Здатність застосовувати професійні компетентності з брендингу, формування інноваційних брендів на основі сучасних моделей та управління їх використанням через бренд-сайти.	ПРН 9. Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень. ПРН 18. Вміти визначати вартість бренду, ефективність його використання, впроваджувати інновації в брендингу, відповідно до змін зовнішнього середовища.

Програма навчальної дисципліни

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

Трудомісткість

Загальна кількість годин – 135 год. Кількість кредитів – 4,5. Форма семестрового контролю – екзамен.

Структура курсу

Години (лек/практ/сам)	Тема	Програмні результати навчання	Вид завдань	Оцінювання
2/2/11	Тема 1. Сутність брендингу, бренд та його види.	ПРН 9. Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень.	<u>Практичне заняття:</u> доповідь/реферат тестування презентація <u>Самостійна робота:</u> письмове прак.завд глосарій	5* 2 7* 3 2
4/4/12	Тема 2. Процес формування та проектування бренда.	ПРН 9. Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень.	<u>Практичне заняття:</u> тестування <u>Самостійна робота:</u> письмове прак.завд глосарій	2 3 2
4/4/11	Тема 3. Стратегічний бренд-менеджмент.	ПРН 9. Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень.	<u>Практичне заняття:</u> тестування <u>Самостійна робота:</u> письмове прак.завд глосарій	2 3 2
4/4/11	Тема 4. Комунікації у брендингу.	ПРН 9. Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень.	<u>Практичне заняття:</u> тестування <u>Самостійна робота:</u> письмове прак.завд глосарій	2 3 2
2/4/11	Тема 5. Капітал бренда, методи його оцінювання, аудит.	ПРН 18. Вміти визначати вартість бренду, ефективність його використання, впроваджувати інновації в брендингу, відповідно до змін зовнішнього середовища.	<u>Практичне заняття:</u> доповідь/реферат тестування презентація <u>Самостійна робота:</u> письмове прак.завд глосарій	5* 2 7* 3 2
2/2/11	Тема 6. Правові аспекти брендингу.	ПРН 18. Вміти визначати вартість бренду, ефективність його використання, впроваджувати інновації в брендингу, відповідно до змін зовнішнього середовища.	<u>Практичне заняття:</u> тестування <u>Самостійна робота:</u> письмове прак.завд глосарій	2 3 2
2/2//11	Тема 7. Бренд країни.	ПРН 18. Вміти визначати вартість бренду, ефективність його використання, впроваджувати інновації в брендингу, відповідно до змін зовнішнього середовища.	<u>Практичне заняття:</u> тестування <u>Самостійна робота:</u> письмове прак.завд глосарій	2 3 2
2/2//11	Тема 8. Брендинг в сфері політики і культури.	ПРН 18. Вміти визначати вартість бренду, ефективність його використання, впроваджувати інновації в брендингу, відповідно до змін зовнішнього середовища.	<u>Практичне заняття:</u> тестування <u>Самостійна робота:</u> письмове прак.завд глосарій	2 3 2

* - протягом вивчення навчальної дисципліни студент обов'язково виконує по кожному програмному результату навчання за будь якою темою на вибір 1 доповідь або реферат та 1 презентацію (всього за курс – 1 доповідь, 1 реферат, 2 презентації). Тестування і виконання завдань зі самостійної роботи обов'язкове по всім темам.

Політика оцінювання

1. Академічна доброчесність:

Здобувач вищої освіти повинен дотримуватись Кодексу академічної доброчесності та Кодексу про етику викладача та здобувача вищої освіти Полтавської державної аграрної академії. 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); 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.

2. Дедлайни та перекладання:

Практичні завдання, завдання зі самостійної роботи, які здаються з порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку (-30%). Перекладання поточного та підсумкового контролю відбуваються за наявності поважних причин з дозволу директорату.

3. Система оцінювання:

Підсумкова оцінка за курс:

Види оцінювання	% від остаточної оцінки	
	ПРН 9	ПРН 18
<i>Робота під час практичних занять:</i>	20	20
Підготовка доповіді/реферату	5	5
Тестування	8	8
Підготовка презентації	7	7
<i>Завдання з самостійної роботи</i>	20	20
Письмове виконання практичного ситуаційного завдання	12	12
Розробка глосарію за темами	8	8
<i>Екзамен</i>	10	10

Шкала оцінювання:

національна та ЄКТС

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ЄКТС	Оцінка за нац. шкалою
90 – 100	A	відмінно
82 – 89	B	добре
74 – 81	C	
64 – 73	D	задовільно
60 – 63	E	
35 – 59	FX	незадовільно
1 – 34	F	

Література та джерела інформації

Основні

1. Балабанова Л.В. Маркетингова товарна політика в системі менеджменту підприємств: навчальний посібник. К.: ВД «Професіонал», 2006. 336 с.
2. Дудла І. О. Товарознавчі аспекти маркетингу: навч. посіб. Київ: ЦУЛ, 2007. 224 с.
3. Ілляшенко С.М. Маркетингова товарна політика. Суми: ВТД «Університетська книга», 2005. 234 с.
4. Крикавський Є.В. Маркетингова товарна політика: навчальний посібник. Львів: Вид-во НУ «Львівська політехніка», 2008. 276 с.
5. Кардаш В. Я. Маркетингова товарна політика: навч.-метод. посібник для самост. вивч. дисципліни. К.: КНЕУ, 2000. 124 с.
6. Окландер М.А., Кірносова М.В. Маркетингова товарна політика: навчальний посібник. К.: Центр учбової літератури, 2014. 208 с.
7. Холодний Г.О. Маркетингова товарна політика: навчальний посібник. Харків: Вид. ХНЕУ, 2006. 324 с.

Допоміжні

1. Струтинська І. В. Бренд-менеджмент: теорія і практика. Тернопіль: Прінт-офіс, 2015. URL: http://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/123456789/7116/6/Navchalno_metodychnyj_pidruchnyk.pdf
2. Домнин В.Н. Брендінг: учебник и практикум для бакалаврата и магистратуры. Москва: Издательство Юрайт, 2018. URL: <https://biblio-online.ru/viewer/9E6F7ED1-7DC9-4430-93FD-752932089C37/brending#page/1>
3. 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
4. Иванов А.А. Брендінг: учеб. пособие Комсомольск-на-Амуре: ФГБОУ ВПО «КнАГТУ», 2013 URL: https://knastu.ru/media/files/posobiya_files/_8WbxcC.pdf
5. Штовба О.В. Товарний брендінг 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-11cdff664098b1d25ac6f14150559f5b-XXX&enrichSource=Y292ZXJQYWdlOzI4MDg3MzU2NjBUoyNjExNTM0OTg1OTUzMjhAMTQzOTI3NTI1NDc4NA%3D%3D&el=1_x_2&_esc=publicationCoverPdf
6. Пономарьова Є.А. Бренд-менеджмент URL: <https://stud.com.ua/154412/marketing/brend-menedzhment>.

Інформаційні ресурси

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 2019. URL: <https://www.facebook.com/brandoftheyear/>
3. Премія HR-бренд. URL: <http://hrbrand.com.ua/>
4. Гільдія брендів. URL: <http://guild-brands.com/brendyi>