

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Волинський національний університет імені Лесі Українки
Факультет економіки та управління
Кафедра менеджменту та адміністрування

СИЛАБУС
вибіркового освітнього компонента
БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТ

підготовки бакалавра
галузі знань 07 Управління та адміністрування
спеціальності 073 Менеджмент
освітньо-професійної програми Менеджмент

Силабус освітнього компонента «БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТ» підготовки бакалавра, галузі знань 07 Управління та адміністрування, спеціальності 073 Менеджмент, за освітньо-професійною програмою Менеджмент

Розробник: Буняк Н.М., доцент кафедри менеджменту та адміністрування, кандидат економічних наук, доцент

Погоджено

Гарант ОПП Менеджмент



Ірина ВОЛИНЕЦЬ

Силабус освітнього компонента затверджено на засіданні кафедри менеджменту та адміністрування протокол № 1 від 26 серпня 2022 р.

Завідувач кафедри:



Лариса ЧЕРЧИК

I. Опис освітнього компонента

Найменування показників	Галузь знань, спеціальність, освітньо-професійна програма, освітній рівень	Характеристика освітнього компонента
Заочна форма навчання	07 Управління та адміністрування, 073 Менеджмент, Менеджмент, перший (бакалаврський)	Вибірковий
Кількість годин/кредитів 120/4		Рік навчання <u>3-ій</u>
		Семестр <u>6-ий</u>
ІНДЗ: <u>немає</u>		Лекції <u>6</u> год.
		Практичні (семінарські) <u>8</u> год.
		Самостійна робота <u>90</u> год.
		Консультації <u>16</u> год.
Мова навчання	Українська	
Сторінка курсу в MOODLE	https://moodle.vnu.edu.ua/course/view.php?id=2442	

II. Інформація про викладача

ППП Буняк Надія Михайлівна

Науковий ступінь кандидат економічних наук

Вчене звання доцент

Посада доцент кафедри менеджменту та адміністрування

Контактна інформація:

Телефон +38(066)7892806

Електронна пошта: Buniak.Nadiya@vnu.edu.ua

Дні занять розміщено на <http://194.44.187.20/cgi-bin/timetable.cgi>

III. Опис освітнього компонента

1. Анотація освітнього компонента. Освітній компонент «Бренд-менеджмент» належить до вибіркового компонента, спрямований на формування фахових компетенцій у сфері управління брендами шляхом розвитку в здобувачів освіти креативних здібностей, використання досягнень вітчизняної і зарубіжної науки, найкращого практичного досвіду, а також участі в реальних практичних дослідженнях і застосуванні прогресивних методів та прийомів брендингу. Особлива увага приділяється оволодінню теоретичними знаннями та практичними навичками з питань створення і управління вартістю та капіталом брендів, формування інноваційних брендів на основі сучасних моделей та управління їх використанням.

2. Пререквізити і постреквізити освітнього компонента

Пререквізити: освітні компоненти: «Менеджмент», «Економіка підприємства», «Соціальний менеджмент», «Аналіз господарської діяльності».

Постреквізити: освітні компоненти: «Ризик-менеджмент», бізнес-тренінг «Стратегічний аналіз», написання курсової роботи з функціональних областей організації.

3. Мета і завдання освітнього компонента

Мета освітнього компонента – освоєння теоретичних та практичних основ

брендингу, розвиток ключових компетенцій в області створення та управління брендом, оволодіння навиками різних видів аналізу бренду як соціальною, комунікативною, семіотичною та маркетинговою категорією, навчитися приймати ефективні стратегічні та тактичні рішення щодо створення та розвитку торгових марок та брендів, а також їхнього просування на ринку.

Основними завданнями освітнього компонента є теоретична та практична підготовка здобувачів вищої освіти з питань: сутності та ролі брендів у сучасному бізнесі; суб'єктів бренд-менеджменту; методів управління формуванням та розвитком торговельних марок; основних функцій бренда та його характеристик; використання основних комунікацій та медіа-каналів у системі бренд-менеджменту; побудови бренда на основі моделей, що використовуються у бренд-менеджменті; інструментів формування корпоративної культури бренда; формування технологій, що використовуються у побудові бренда.

4. Результати навчання (компетентності)

Інтегральна компетентність – здатність розв'язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми, які характеризуються комплексністю і невизначеністю умов, у сфері менеджменту або у процесі навчання, що передбачає застосування теорій та методів соціальних та поведінкових наук.

Загальні компетентності:

ЗК3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.

ЗК4. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.

ЗК5. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.

ЗК8. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.

ЗК11. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації.

ЗК12. Здатність генерувати нові ідеї (креативність).

Спеціальні компетентності:

СК6. Здатність діяти соціально відповідально і свідомо.

СК7. Здатність обирати та використовувати сучасний інструментарій менеджменту.

СК11. Здатність створювати та організовувати ефективні комунікації в процесі управління.

СК12. Здатність аналізувати й структурувати проблеми організації, формувати обґрунтовані рішення.

СК14. Розуміти принципи психології та використовувати їх у професійній діяльності.

Результати навчання:

ПРН3. Демонструвати знання теорій, методів і функцій менеджменту, сучасних концепцій лідерства.

ПРН4. Демонструвати навички виявлення проблем та обґрунтування управлінських рішень.

ПРН11. Демонструвати навички аналізу ситуації та здійснення комунікації у різних сферах діяльності організації.

ПРН15. Демонструвати здатність діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних міркувань (мотивів), повагу до різноманітності та міжкультурності.

ПРН16. Демонструвати навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.

5. Структура освітнього компонента

Структура освітнього компонента

Назви змістових модулів і тем	Усього	Лек.	Практ.	Сам. роб.	Конс.	Форма контролю/ Бал
Змістовий модуль 1. Методологічні основи створення бренду						
Тема 1. Сутність та значення бренд-менеджменту	11	1	1	7	2	БО, ДС, РЗ, Т / 10
Тема 2. Ідентичність бренду	11	1	1	7	2	БО, ДС, ПЗ, Т / 10
Тема 3. Підготовчий етап розробки бренду	10		1	8	1	БО, ПЗ, Т / 10
Тема 4. Конструювання ідентичності бренду	10		1	8	1	ФО, ПЗ, Т / 5
Контрольна робота						5
Разом за модулем 1	42	2	4	30	6	40
Змістовий модуль 2. Особливості управління брендом						
Тема 5. Основи управління брендом	11	1	1	7	2	БО, ПЗ, Т / 10
Тема 6. Розвиток бренду у сучасних умовах	10	1	1	7	1	БО, ПЗ, Т / 5
Тема 7. Комунікаційна підтримка бренду	9			8	1	ПЗ, Т / 5
Тема 8. Формування та підтримка лояльності до бренду	9			8	1	ПЗ, Т / 5
Контрольна робота						5
Разом за модулем 2	39	2	2	30	5	30
Змістовий модуль 3. Оцінка ефективності управління брендом						
Тема 9. Концептуальна модель оцінювання ефективності управління брендом	11	1	1	7	2	БО, ДС, ПЗ, Т / 5
Тема 10. Капітал бренду як основний індикатор ефективності бренд-менеджменту	10	1		8	1	ПЗ, Т / 10
Тема 11. Аудит бренду та контроль капіталу марки	9			8	1	ПЗ, Т / 5
Тема 12. Методологія оцінювання ефективності управління брендом	9		1	7	1	ФО, ПЗ, Т / 5
Контрольна робота						5
Разом за модулем 3	39	2	2	30	5	30
Всього годин / Балів	120	6	8	90	16	100

Форма контролю*: ДС – дискусія, БО – бліц-опитування, ФО – фронтальне опитування, Т – тести, РЗ – розв’язування задач, КР – контрольна робота.

6. Завдання для самостійного опрацювання

Самостійна робота з освітнього компонента «Бренд-менеджмент» передбачає:

- підготовку до аудиторних (практичних) занять – опрацювання лекційного матеріалу та самостійне опрацювання окремих тем (питань) освітнього компонента;

- розв'язання ситуативних, практичних та тестових завдань;
- підготовку до усіх видів контролю.

Питання та завдання для самостійної роботи визначені відповідними темами освітнього компонента та містяться в електронному курсі у веб-середовищі системи управління навчанням Moodle: <https://moodle.vnu.edu.ua/course/view.php?id=2442>

IV. Політика оцінювання

Політика щодо відвідувань занять: відвідування занять є обов'язковим. Здобувачі освіти мають інформувати викладача про неможливість відвідати заняття. У будь-якому випадку вони зобов'язані дотримуватися термінів, визначених для виконання усіх видів робіт, передбачених силабусом. У разі відсутності через хворобу необхідно надати відповідну довідку. Пропущені заняття відпрацьовувати у визначений час згідно затвердженого графіка. Здобувач освіти повинен старанно виконувати завдання, брати активну участь у навчальному процесі.

Політика щодо зарахування результатів формальної, неформальної та інформальної освіти. Результати навчання, здобуті шляхом формальної, неформальної та/або інформальної освіти, визнаються в ВНУ імені Лесі Українки шляхом валідації ([https://vnu.edu.ua/sites/default/files/2021-02/Polozhennia %20vyznannia rezultatuv navchannia formalnoi.pdf](https://vnu.edu.ua/sites/default/files/2021-02/Polozhennia_%20vyznannia_rezultatuv_navchannia_formalnoi.pdf)).

Визнанню можуть підлягати такі результати навчання, отримані в неформальній освіті, які за тематикою, обсягом вивчення та змістом відповідають як освітньому компоненту в цілому, так і його окремому розділу, темі (темам) тощо, які передбачені силабусом освітнього компонента.

Визнання результатів навчання, отриманих у неформальній та/або інформальній освіті, відбувається в семестрі, що передує семестру початку вивчення освітнього компонента, або першого місяця від початку семестру, враховуючи ймовірність не підтвердження здобувачем результатів такого навчання.

Загалом оцінювання здобувачів вищої освіти здійснюється відповідно до «Положення про поточне та підсумкове оцінювання знань здобувачів освіти Волинського національного університету імені Лесі Українки».

Політика щодо академічної доброчесності: виконані завдання здобувачем освіти мають бути їх оригінальними дослідженнями чи міркуваннями. Відсутність посилань на використані джерела, фабрикування джерел, списування, втручання в роботу інших осіб є прикладами можливої академічної недоброчесності. Виявлення ознак академічної недоброчесності в письмовій роботі здобувача вищої освіти є підставою для її незарахування, незалежно від масштабів плагіату чи обману.

Політика щодо дедлайнів та перескладання: роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, не оцінюються (0 балів). У випадку, якщо здобувач освіти не відвідував окремі аудиторні заняття (з поважних причин), на консультаціях він має право відпрацювати пропущені заняття та добрати ту кількість балів, яку було визначено на пропущені теми.

Політика виставлення балів: оцінювання знань здобувачів освіти

здійснюється під час поточного контролю за результатами виконання усіх видів робіт, які передбачені силабусом. Максимальну кількість балів (100) можна набрати упродовж семестру за результатами виконання усіх видів робіт, які передбачені силабусом. При цьому обов'язково враховуються присутність на заняттях та активність здобувача під час занять; не допускаються пропуски та запізнення на заняття; заборонено використання мобільного телефону, планшета чи інших мобільних пристроїв під час заняття в цілях не пов'язаних з навчанням; списування та плагіат; несвоєчасне виконання поставленого завдання.

Порядок організації поточного й підсумкового контролю знань здобувачів освіти регламентується Положенням про поточне та підсумкове оцінювання знань здобувачів освіти Волинського національного університету імені Лесі Українки (https://ed.vnu.edu.ua/wp-content/uploads/2022/08/2022_Polozh_pro_otzin_%D0%A0%D0%B5%D0%B4_%D1%80%D0%B5%D0%B4%D0%9C%D0%95%D0%94.pdf)

V. Підсумковий контроль

Семестровий залік виставляється здобувачам освіти на підставі результатів виконання усіх видів запланованої навчальної роботи протягом семестру за 100-бальною шкалою. У дату складання заліку викладач записує у відомість суму поточних балів, які здобувач освіти набрав під час поточної роботи (шкала від 0 до 100 балів).

У випадку, якщо здобувач освіти протягом поточної роботи набрав менше як 60 балів, він складає залік під час ліквідації академічної заборгованості. У цьому випадку бали, набрані під час поточного оцінювання, анулюються. Максимальна кількість балів на залік під час ліквідації академічної заборгованості – 100.

Повторне складання заліку допускається не більше як два рази: один раз – викладачеві, другий – комісії, яку створює декан факультету.

Терміни проведення підсумкового семестрового контролю встановлюються графіком навчального процесу.

VI. Шкала оцінювання

Оцінка в балах	Лінгвістична оцінка
90 – 100	Зараховано
82 – 89	
75 - 81	
67 -74	
60 - 66	
1 – 59	Незараховано (необхідне перескладання)

VII. Рекомендована література та інтернет-ресурси

Основна

1. Бікулов Д.Т., Головань О.О., Олійник О.М., Маркова С.В., Сухарева К.В., Чкан А.С. Бренд-менеджмент у сфері зовнішньоекономічної діяльності: навч. посіб. Запоріжжя: ЗНУ, 2020. 96 с.

2. Бренд-менеджмент. Навчально-методичний комплекс дисципліни : навч. посіб. / Н. В. Юдіна. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2020. 114 с. URL : <https://ela.kpi.ua/handle/123456789/35374>

3. Бренд-менеджмент: теорія і практика: навч. посіб. / укл.: І. В. Струтинська. Тернопіль : Прінт-офіс, 2015. 204 с. URL : http://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/123456789/7116/6/Navchalno_metodychnyj_pidruchnyk.pdf

4. Смерічевський С. Ф., Петропавловська С. Є., Радченко О. А. Бренд-менеджмент : навч. посіб. Київ: НАУ, 2019. 156 с.

5. Шевченко О. Л. Бренд-менеджмент. Київ : КНЕУ, 2010. 395 с.

Додаткова

1. Виноградова О. В., Недопако Н. М. Маркетинг у соціальних мережах : навч. посіб. Київ: ДУТ, 2022. 202 с.

2. Мороз О. В., Пащенко О. В. Теорія сучасного брендингу : монографія. Вінниця : УНІВЕРСУМ, 2003. 104 с.

3. Попов О. С., Мельников С.М. Брендинг : навч. посіб. Харків : ХАІ, 2019. 103 с.

4. Цимбалюк С. О. Управління брендом роботодавця: навч. посіб. Київ : КНЕУ, 2016. 258 с.

5. Ястремська О. М., Тімонін О. М., Тімонін К. О. Бренди промислових підприємств: формування та ефективність використання : монографія. Харків : Вид. ХНЕУ, 2013. 244 с.

6. Ястремська О. М., Ястремська О. О. Бренд-менеджмент: навч. посіб. Харків: Вид. ХНЕУ, 2010. 164с

Інтернет-ресурси

1. Аналітичний медіа портал про ринок реклами, маркетингу, PR в Україні. URL : sostav.ua

2. Аналітичний портал про маркетингові комунікації Marketing Media Review. URL : <https://mmr.ua>

3. Веб-сайт Української асоціації маркетингу. URL : <http://uam.in.ua>

4. Законодавство України . URL : <http://rada.gov.ua/>

5. Інтернет портал для управлінців. URL : <http://www.management.com.ua>.

6. Інформаційні ресурси у цифровому репозиторії бібліотеки ВНУ імені Лесі Українки. URL : <https://evnuir.vnu.edu.ua>

7. Національна бібліотека імені В.І. Вернадського. URL : <http://www.nbuv.gov.ua/>.

8. Офіційний веб-сайт Всеукраїнської рекламної коаліції. URL : <https://vrk.org.ua>.

9. Офіційний веб-сайт Інтернет-видання про творчість, рекламу і дизайн в Україні «ЕдМі». URL : <http://www.adme.ua>.