

ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ

Навчально-науковий інститут денної освіти
Кафедра маркетингу

СИЛАБУС

навчальної дисципліни
«Бренд-менеджмент»
на 2023-2024 навчальний рік

Курс та семестр вивчення	1 курс, 1 семестр
Освітня програма/спеціалізація	«Маркетинг»
Спеціальність	075 Маркетинг
Галузь знань	07 Управління та адміністрування
Ступінь вищої освіти	магістр

ПІБ НПП, який веде дану дисципліну,
науковий ступінь і вчене звання,
посада

Яловега Наталія Іванівна
к.е.н. доцент,
доцент кафедри маркетингу

Контактний телефон	+38-050-510-78-87
Електронна адреса	alrayne88vega@gmail.com
Розклад навчальних занять	http://schedule.puet.edu.ua/
Консультації	очна http://http://www.marketing.puet.edu.ua он-лайн: електронною поштою, пн-пт з 10.00-17.00
Сторінка дистанційного курсу	https://el.puet.edu.ua/

Опис навчальної дисципліни

Мета вивчення навчальної дисципліни	Засвоєння знань з теорії розвитку бренд-менеджменту, набуття практичних навичок побудови, управління та оцінки ефективності бренду особистості, підприємства, країни.
Тривалість	5 кредитів ЄКТС/150 годин (лекції 20 год., практичні заняття 40 год., самостійна робота 90 год.)
Форми та методи навчання	Лекції та практичні заняття, самостійна робота поза розкладом.
Система поточного та підсумкового контролю	Поточний контроль: відвідування занять; захист індивідуальних завдань; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; вирішення кейсів, практичних задач; тестування; поточні модульні роботи. Підсумковий контроль: залік (ПМК).
Базові знання	Наявність широких знань з сучасних інформаційних та комунікаційних технологій, економічної теорії, менеджменту, основ маркетингу, маркетингових комунікацій, рекламного бізнесу.
Мова викладання	Українська

Перелік компетентностей, які забезпечує дана навчальна дисципліна, програмні результати навчання

Програмні результати навчання	Компетентності, якими повинен оволодіти здобувач
<ul style="list-style-type: none"> знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу (ПР01); вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проекти у сфері маркетингу та управляти ними (ПР06); збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення (ПР15); 	<ul style="list-style-type: none"> здатність приймати обґрунтовані рішення. (ЗК01); здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел (ЗК06); здатність розробляти проекти та управляти ними (ЗК08); здатність логічно і послідовно відтворювати та застосовувати знання з найновіших теорій, методів і практичних прийомів маркетингу (СК01); здатність коректно інтерпретувати результати останніх теоретичних досліджень у сфері маркетингу та практики їх застосування (СК02); здатність до проведення самостійних досліджень та інтерпретації їх результатів у сфері маркетингу (СК03); здатність до діагностування маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, здійснення маркетингового аналізу та прогнозування (СК05); здатність обирати і застосовувати ефективні засоби управління маркетинговою

Програмні результати навчання	Компетентності, якими повинен оволодіти здобувач
<ul style="list-style-type: none"> організувати та управляти маркетинговою діяльністю підприємств в інтернет-середовищі (ПР16). 	<p>діяльністю ринкового суб'єкта на рівні організації, підрозділу, групи, мережі (СК06);</p> <ul style="list-style-type: none"> здатність розробляти і аналізувати маркетингову стратегію ринкового суб'єкта та шляхи її реалізації з урахуванням міжфункціональних зв'язків (СК07); здатність формувати систему маркетингу ринкового суб'єкта та оцінювати результативність і ефективність її функціонування (СК08); здатність здійснювати на належному рівні теоретичні та прикладні дослідження у сфері маркетингу (СК09).

Тематичний план навчальної дисципліни

Назва теми	Види робіт	Завдання самостійної роботи у розрізі тем
Модуль 1. Теоретичні основи бренд-менеджменту		
Тема 1. Сутність та еволюція брендингу.	Відвідування занять; захист індивідуального завдання; обговорення матеріалу занять; виконання практичних завдань.	Виконання індивідуального завдання за темами: значення брендів у забезпеченні конкурентоспроможності в умовах сучасного ринку; розвиток бренд-менеджменту в Україні; способи фальсифікації брендів; фонетичні, кольорово-графічні і сюжетні імітації; диверсифікаційний аналіз брендів.
Тема 2. Брендінг як маркетингова концепція.	Відвідування занять; захист індивідуального завдання; обговорення матеріалу занять; виконання практичних завдань.	Виконання індивідуального завдання за темами: українське законодавство з прав інтелектуальної власності; реєстрація товарних знаків в Україні; типові помилки при розробці бренда; модель етапності побудови бренда (Brand Name Development Services); основне призначення бренд-буку.
Тема 3. Маркетингові дослідження брендингу.	Відвідування занять; захист індивідуального завдання; обговорення матеріалу занять; виконання практичних завдань.	Виконання індивідуального завдання за темами: типи проблем у процесі проведення маркетингових досліджень брендингу; етапи проведення маркетингових досліджень брендингу; методи маркетингових досліджень брендингу.
Модуль 2. Система розробки, позиціонування та оцінки бренду		
Тема 4. Ключові аспекти бренд-менеджменту підприємства	Відвідування занять; захист індивідуального завдання; обговорення матеріалу занять; виконання практичних завдань.	Виконання індивідуального завдання за темами: типи ринкового позиціонування товарів та торговельних марок; стратегії та принципи позиціонування брендів; аналіз збалансованості брендового портфелю компанії; методи оптимізації брендового портфелю компанії, методика КАНО; ролі брендів у портфелі компанії: стратегічний бренд, запускаючий бренд, «срібна куля», «дійна королева».
Тема 5. Розробка сильного бренду.	Відвідування занять; захист індивідуального завдання; обговорення матеріалу занять; виконання практичних завдань.	Виконання індивідуального завдання за темами: рівні формування бренда, бренд-піраміда: поняття, структура; модель сприйняття бренда, матриця «бренд-сприйняття», її основні позиції; фактори привабливості бренда; поняття бренд-комунікації, відмінності понять маркетингові комунікації і бренд-комунікації; фактори посилення позицій брендів.
Тема 6. Розробка імені та візуалізація бренду	Відвідування занять; захист індивідуального завдання; обговорення матеріалу занять; виконання практичних завдань.	Виконання індивідуального завдання за темами: позиціонування бренду; репозиціонування бренду; фактори ідентичності бренду; формування емоційного ставлення до бренду; стадії життєвого циклу бренду; споживчий та промисловий брендинг; брендинг сфери послуг; оцінка ефективності управління брендом.

Інформаційні джерела

1. Michael Beverland (2021) Brand Management. Co-creating Meaningful Brands. – SAGE Publications Ltd. – 432 p.
2. Іваннікова М. М. Effect of branding on the consumers buying behavior / М. М. Іваннікова, Дж. Ф. Н. Саккей // Збірник наукових статей магістрів. Факультет товарознавства, торгівлі та маркетингу. Факультет харчових технологій, готельно-ресторанного, та туристичного бізнесу. – Полтава: ПУЕТ, 2019. – 425 с. – URL : <http://dspace.puet.edu.ua/handle/123456789/8720>
3. Карпенко Н. В. Бренд-орієнтоване управління конкурентоспроможністю підприємства / Н. В. Карпенко, Р. О. Добряк / магістерська робота. – Полтава: ПУЕТ, 2019. – 144 с. – URL : <http://dspace.puet.edu.ua/handle/123456789/7854>
4. Маркетингова діяльність підприємств: сучасний зміст. Частина 2 : монографія / за науковою редакцією Н. В. Карпенко - Полтава : ПУЕТ, 2021. — URL : [http://dspace.puet.edu.ua/bitstream/123456789/12252/1/Marketingova%20dialnist%20pidpriemstv Monografia Karpenko.pdf](http://dspace.puet.edu.ua/bitstream/123456789/12252/1/Marketingova%20dialnist%20pidpriemstv%20Monografia%20Karpenko.pdf)
5. Мороз О. В. Теорія сучасного брендингу / О. В. Мороз, О. В. Пашенко. – Вінниця : УНІВЕРСУМ, 2016. – 458 с.
6. Яловега Н. І. Маркетингові інструменти впливу на клієнтів, як система управління продажами / А. М. Захаренко-Селезньова, В. М. Трайно, Н. І. Яловега // Вісник Хмельницького національного університету: Економічні науки. – Хмельницький: ХНУ, 2021. – № 1. – С. 44-48. Режим доступу: <http://journals.khnu.km.ua/vestnik/wp-content/uploads/2021/05/VKNU-ES-2021-N-1-290.pdf>

Програмне забезпечення навчальної дисципліни

- Пакет програмних продуктів Microsoft Office.

Політика вивчення навчальної дисципліни та оцінювання

Політика оцінювання здобувачів вищої освіти. Завдання, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку (75 % від можливої максимальної кількості балів за вид діяльності). Перескладання модулів відбувається із дозволу провідного викладача за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний).

Положення про організацію освітнього процесу <https://puet.edu.ua/wp-content/uploads/2023/06/polozhennya-pro-organizacziyu-osvitnogo-proczesu.pdf>

Положення про порядок та критерії оцінювання знань, вмінь та навичок здобувачів вищої освіти https://puet.edu.ua/wp-content/uploads/2023/07/polozh_por_kryt_ocinyuvannya.pdf

Порядок ліквідації здобувачами вищої освіти академічної заборгованості <https://puet.edu.ua/wp-content/uploads/2023/07/poryadok-likvidacziyi-zdobuvachamy-vyshhoyi-osvity-akademichnoyi-zaborgovanosti.pdf>.

Положення про повторне навчання https://puet.edu.ua/wp-content/uploads/2023/07/polozh_pro-povt-navch.pdf

Політика щодо відвідування. Відвідування занять є обов'язковим компонентом. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, працевлаштування, стажування) навчання може відбуватись в он-лайн формі (Moodle) за погодженням із провідним викладачем.

Політика щодо академічної доброчесності. Списування під час виконання поточних модульних робіт та тестування заборонено (в т. ч. із використанням мобільних девайсів). Мобільні пристрої дозволяється використовувати лише під час он-лайн тестування та підготовки практичних завдань в процесі заняття. В ПУЕТ діють:

Кодекс честі студента https://puet.edu.ua/wp-content/uploads/2023/07/kodeks_chesti_studenta.pdf.

Положення про академічну доброчесність https://puet.edu.ua/wp-content/uploads/2023/07/polozh_akadem_dobrochesnist.pdf

Положення про запобігання випадків академічного плагіату <https://puet.edu.ua/wp-content/uploads/2023/07/polozhennya-pro-zapobigannyavypadkam-akademichnogo-plagiatu.pdf>.

Політика визнання результатів навчання визначена такими документами:

Положення про порядок перерахування результатів навчання, здобутих в іноземних та вітчизняних закладах освіти https://puet.edu.ua/wp-content/uploads/2023/07/polozh_por_perezarah_rez_zvo.pdf.

Положення про академічну мобільність здобувачів вищої освіти https://puet.edu.ua/wp-content/uploads/2023/07/polozha_pro_akademichnu_mobilnist.pdf

Положення про порядок визнання результатів навчання здобутих шляхом неформальної та/або інформальної освіти <https://puet.edu.ua/wp-content/uploads/2023/07/polozhennya-pro-poryadok-vyznannya-rezultativ-navchannya-zdobutyh-shlyahom-neformalnoyi-ta-abo-informalnoyi-osvity.pdf>; *інфографіка* (розділ Освіта/Організація освітнього процесу/Неформальна освіта) <https://puet.edu.ua/neformalna-osvita/>.

Політика вирішення конфліктних ситуацій:

Положення про правила вирішення конфліктних ситуацій <https://puet.edu.ua/wp-content/uploads/2023/07/polozhennya-pro-pravya-vyrishennya-konfliktnyh-sytuacij-u-puet.pdf>

Положення про апеляцію результатів підсумкового контролю у формі екзамену https://puet.edu.ua/wp-content/uploads/2023/07/polozh_pro-apel_pidscontr.pdf

уповноважена особа з питань запобігання та виявлення корупції <https://puet.edu.ua/zapobigannya-ta-protidiya-korupcii/>.

Політика підтримки учасників освітнього процесу:

Психологічна служба: <http://puet.edu.ua/psychologichna-pidtrymka-v-puet/>.

Студентський омбудсмен (Уповноважений з прав студентів) ПУЕТ <http://puet.edu.ua/other-divisions/studentskyj-ombudsmen-upovnovazhenyj-z-prav-studentiv-puet/>

Уповноважений з прав корупції <https://puet.edu.ua/zapobigannya-ta-protidiya-korupcii/>

Безпека освітнього середовища: Інформація про безпечність освітнього середовища ПУЕТ наведена у вкладці «Безпека життєдіяльності» <http://puet.edu.ua/pro-puet/bezpeka-zhyttyvediyalnosti/>

Оцінювання

Підсумкова оцінка за вивчення навчальної дисципліни розраховується через поточне оцінювання

Види робіт	Максимальна кількість балів
Модуль 1 (теми 1-3): виконання практичних завдань (40 балів); поточна модульна робота (10 балів).	50
Модуль 2 (теми 4-6): виконання практичних завдань (40 балів); поточна модульна робота (10 балів),	50
Разом	100

Шкала оцінювання здобувачів вищої освіти за результатами вивчення навчальної дисципліни

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка за шкалою ЄКТС	Оцінка за національною шкалою
90-100	A	Відмінно
82-89	B	Дуже добре
74-81	C	Добре
64-73	D	Задовільно
60-63	E	Задовільно достатньо
35-59	FX	Незадовільно з можливістю повторного складання
0-34	F	Незадовільно з обов'язковим повторним вивченням навчальної дисципліни