


Рівень вищої освіти	Другий (магістерський) рівень
Код і найменування спеціальності, тип і назва освітньої програми	076 Підприємництво та торгівля освітньо-професійна програма Підприємництво
Статус навчальної дисципліни	Вибіркова фахова навчальна дисципліна.
Курс, семестр	2 курс, 1 семестр.
Трудовітність	Загальна кількість годин – 120 год. Кількість кредитів – 4,0.
Мова(и) викладання	Державна
ННІ, кафедра	Навчально-науковий інститут економіки, управління, права та інформаційних технологій, кафедра маркетингу
Контактні дані розробника(ів)	 <p> Дядик Тетяна, к.е.н., доцент Контакти: ауд. 465, навчальний корпус №4 e-mail: tetiana.diadyk@pdau.edu.ua, тел.: +380507465072, сторінка викладача: https://www.pdau.edu.ua/people/dyadyk-tetyana-vasylivna </p>
Мета вивчення навчальної дисципліни	сформувати у здобувачів вищої освіти систему професійних компетентностей з брендингу, методів його організації для ефективної підприємницької діяльності в сучасних умовах
Компетентності	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.
Результати навчання	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.
Методи навчання	<p>1. Методи організації та здійснення навчально-пізнавальної діяльності:</p> <p>- за джерелом знань словесні методи: лекція, розповідь-пояснення; бесіда; наочні методи: ілюстрування; демонстрування; практичні методи: вправи; практичні роботи; робота з навчально-методичною літературою: конспектування, тезування, анування, підготовка реферату,</p> <p>- за ступенем керівництва методи самостійної роботи вдома: завдання самостійної роботи робота під керівництвом викладача: виконання практичних завдань</p> <p>2. Методи стимулювання і мотивації навчально-пізнавальної діяльності методи формування пізнавальних інтересів: створення ситуації інтересу; ситуації новизни навчального матеріалу; метод використання життєвого досвіду; навчальні дискусії для вирішення проблемної ситуації</p> <p>3. Методи контролю за ефективністю навчально-пізнавальної діяльності: методи усного контролю: обговорення теоретичних питань, доповіді; методи письмового контролю: письмове виконання практичних завдань, глосарій; тестовий контроль: розв'язування тестів;</p> <p>4. Інноваційні методи навчання: інтерактивні методи: дискусії, диспути, проектування професійних ситуацій; комп'ютерні і мультимедійні методи: використання мультимедійних презентацій; дистанційне навчання.</p>
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. Брендінг в сфері політики і культури.</p>
Стратегія оцінювання результатів навчання	<p>Навчальні досягнення здобувачів вищої освіти за результатами вивчення тем та курсу оцінюються у відповідності до форм поточного та семестрового оцінювання результатів навчання. Формами поточного контролю знань здобувачів вищої освіти є: розв'язування тестів; виконання вправ на практичних заняттях; виконання завдань самостійної роботи (контрольна робота для здобувачів вищої освіти заочної форми навчання, реферати, глосарій, презентації). Форма семестрового контролю – залік.</p>
Політика навчальної дисципліни	<p>1. Академічна доброчесність Здобувач вищої освіти повинен дотримуватись Кодексу академічної доброчесності та Кодексу про етику викладача та здобувача вищої освіти</p>

Полтавського державного аграрного університету <https://www.pdau.edu.ua/sites/default/files/node/4518/etykaetyka.pdf>. 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, використані методики досліджень і джерела інформації.

2. Академічна мобільність

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:

<https://www.pdau.edu.ua/sites/default/files/node/5555/polozhennyapromobilnist.pdf>.

3. Неформальна/інформальна освіта

На здобувачів вищої освіти поширюється право про визнання результатів навчання, набутих у неформальній / інформальній освіті перед опануванням даної освітньої компоненти. Визнання набутих результатів навчання або відмова у їх визнанні. Набуття відповідних результатів навчання можливе після успішного опанування курсів (з документальним підтвердженням) на різноманітних навчальних платформах, зокрема: зокрема: Prometheus, Coursera, ВУМ online, EdEra, Українська академія лідерства, Інша Освіта тощо. Особливості неформального / інформального навчання регламентовані Положенням про порядок визнання результатів навчання, набутих у неформальній та інформальній освіті, здобувачами вищої освіти Полтавського державного аграрного університету:

<https://www.pdau.edu.ua/sites/default/files/node/5555/polozhennyaproneformalnuosvitu.pdf>.

4. Дедлайни та перескладання

Виконання завдань з порушенням термінів без поважних причин оцінюється на нижчий на 25% бал. Перескладання поточного та підсумкового контролю відбуваються за наявності поважних причин з дозволу директорату.

Передумови для вивчення навчальної дисципліни (за потреби)

Передумови відсутні

Додаткові матеріали для представлення навчальної дисципліни (за потреби)

Робоча програма навчальної дисципліни, презентації, відеоролики, методичні рекомендації, матеріали в системі Moodle тощо.

1. Бренд-менеджмент. Конспект лекцій. Київ: КПП ім. Ігоря Сікорського, 2020. 76 с. URL: https://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/34765/1/Brand-management_Konspekt.pdf
2. Григорчук Т.В. Брендінг. Навчальний посібник для дистанційного навчання. Київ. 2023. URL: <https://sites.google.com/site/brendingsoccult/%D0%B4%D0%BE%D0%BC%D0%B0%D1%88%D0%BD%D1%8F-%D1%81%D1%82%D0%BE%D1%80%D1%96%D0%BD%D0%BA%D0%B0-%D0%BF%D0%BE%D1%81%D1%96%D0%B1%D0%BD%D0%B8%D0%BA%D0%B0?authuser=0>
3. 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

Допоміжні

1. Ідріс Муті. Брендінг за 60 хвилин. Переклад Олексій Чупа. 2019. 256 с.
2. Деніел Роулз. Цифровий брендінг. Переклад Катерина Деревянко. 2020. 256 с.
3. Саймон Бейлі, Енді Мілліган. Міфи про брендінг. Фабула. 2020. 256 с.
4. Пономарьова Є.А. Бренд-менеджмент. URL: <https://stud.com.ua/154412/marketing/brend-menedzhment>.
5. Кейт Динни. Брендінг територій. Лучшие мировые практики. 2013. 336 с.
6. Окландер М.А., Кірнсова М.В. Маркетингова товарна політика: навчальний посібник. К.: Центр учбової літератури, 2014. 208 с.
7. 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
8. 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
9. 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

	<p>«Інтелект ХХІ». №3. 2021. С. 7-81.</p> <p>10. 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</p> <p>11. Дядик Т.В. Особливості формування національного бренду країни. <i>Інноваційні рішення в економіці, бізнесі, суспільних комунікаціях та міжнародних відносинах: матеріали II Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції</i>: у 2 т. Т. 1. Дніпро: Університет митної справи та фінансів, 2022. С. 144-147. https://drive.google.com/file/d/1Ef7ICJuEITgbFJIZmOskjCAeIB0Ca8Mc/view</p> <p>12. Дядик Т.В. Найважливіші інструменти формування бренду підприємства. <i>Маркетингове забезпечення продуктового ринку</i>. Збірник тез XIV Міжнародної науково-практичної конференції (м. Полтава, 24 травня 2022 року). Полтава: ПДАУ. 2022. С. 19-22.</p> <p style="text-align: center;">Інформаційні ресурси мережі Інтернет</p> <p>1. Інфографіка: 20 нових брендів, які вийшли на український ринок в 2018 році. URL: https://rau.ua/novyni/grafika-20-novyh-brendov-2018/</p> <p>2. Бренд _____ року. URL: https://www.facebook.com/brandoftheyear/</p> <p>3. Премія HR-бренд. URL: http://hrbrand.com.ua/</p> <p>4. Гільдія брендів. URL: http://guild-brands.com/brendyi</p>
Рік введення	2023