МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ПОЛТАВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Навчально-науковий інститут економіки, управління, права та інформаційних технологій

КАФЕДРА МАРКЕТИНГУ

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

БРЕНДИНГ

Освітньо-професійна програма Підприємництво
спеціальність 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність
галузь знань 07 Управління та адміністрування
освітній ступінь Магістр

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

Полтава
2021 р.

Назва навчальної дисципліни	**БРЕНДИНГ** вибіркова дисципліна професійної підготовки
Назва структурного підрозділу	Кафедра маркетингу
Контактні дані розробників, які залучені до викладання	Викладач: **Дядик Тетяна**, к.е.н., доцент Контакти: ауд. 465, 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	076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність
Попередні умови для вивчення навчальної дисципліни	Базові знання з маркетингу, менеджменту та економіки

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

Компетентності:		**Програмні результати навчання:**
загальні:	***фахові:***	
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.	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.

Програма навчальної дисципліни

Тема 1. Сутність брендингу, бренд та його види.
Тема 2. Процес формування та проектування 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. Брендинг в сфері політики і культури.

Трудомісткість

Загальна кількість годин – 120 год. Кількість кредитів – 4. Форма семестрового контролю – залік.

Структура курсу

Тема	Програмні результати навчання	Вид завдань	Оцінювання
Тема 1. Сутність брендингу, бренд та його види.	ПРН 9. Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень.	Практичне заняття: тестування Самостійна робота: письмове практ.завд глосарій	2 3 2
Тема 2. Процес формування та проектування бренда.	ПРН 9. Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень.	Практичне заняття: тестування Самостійна робота: письмове практ.завд глосарій	2 3 2
Тема 3. Стратегічний бренд-менеджмент.	ПРН 9. Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень.	Практичне заняття: тестування Самостійна робота: письмове практ.завд глосарій	2 3 2
Тема 4. Комунікації у брендингу.	ПРН 9. Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень.	Практичне заняття: тестування Самостійна робота: письмове практ.завд глосарій	2 3 2
Тема 5. Капітал бренда, методи його оцінювання, аудит.	ПРН 11. Вміти визначати вартість бренду, ефективність його використання, впроваджувати інновації в брендингу, відповідно до змін зовнішнього середовища.	Практичне заняття: тестування Самостійна робота: письмове практ.завд глосарій	2 3 2
Тема 6. Правові аспекти брендингу.	ПРН 11. Вміти визначати вартість бренду, ефективність його використання, впроваджувати інновації в брендингу, відповідно до змін зовнішнього середовища.	Практичне заняття: тестування Самостійна робота: письмове практ.завд глосарій	2 3 2
Тема 7. Бренд країни.	ПРН 11. Вміти визначати вартість бренду, ефективність його використання, впроваджувати інновації в брендингу, відповідно до змін зовнішнього середовища.	Практичне заняття: тестування Самостійна робота: письмове практ.завд глосарій	2 3 2
Тема 8. Брендинг в сфері політики і культури.	ПРН11. Вміти визначати вартість бренду, ефективність його використання, впроваджувати інновації в брендингу, відповідно до змін зовнішнього середовища.	Практичне заняття: тестування Самостійна робота: письмове практ.завд глосарій	2 3 2
за будь якою темою на вибір		Презентація / реферат	10
за будь якою темою на вибір		стаття / тези на конференцію	14
екзамен			20

Політика оцінювання

1. Академічна доброчесність:

Здобувач вищої освіти повинен дотримуватись Кодексу академічної доброчесності та Кодексу про етику викладача та здобувача вищої освіти Полтавського державного агрраного університету. 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 перескладання:

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

3. Система оцінювання:

Шкала оцінювання:

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ЄКТС	2-х бальна
90 – 100	A	зараховано
82 – 89	B	
74 – 81	C	
64 – 73	D	
60 – 63	E	
35 – 59	FX	незараховано
1 – 34	F	

Література та джерела інформації

Основні

1. Ідріс Мутi. Брендинг за 60 хвилин.Переклад Олексій Чупа. 2019. 256 с.
2. Деніел Роулз. Цифровий брендинг. Переклад Катерина Деревянко. 2020. 256 с.
3. Саймон Бейлі, Енді Мілліган. Міфи про брендинг. Фабула. 2020. 256 с.
4. Кейт Динни. Брендинг территорий. Лучшие мировые практики. 2013. 336 с.
5. Балабанова Л.В. Маркетингова товарна політика в системі менеджменту підприємств: навчальний посібник. К.: ВД «Професіонал», 2006. 336 с.
6. Дудла І. О. Товарознавчі аспекти маркетингу: навч. посіб. Київ: ЦУЛ, 2007. 224 с.
7. Крикавський Є.В. Маркетингова товарна політика: навчальний посібник. Львів: Вид-во НУ «Львівська політехніка», 2008. 276 с.
8. Окландер М.А., Кірносова М.В. Маркетингова товарна політика: навчальний посібник. К.: Центр учбової літератури, 2014. 208 с.
9. Дядик Т. В. Брендинг та інтернет-брендинг – 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%20%

e2%84%96156_2020-
%d1%81%d1%82%d0%be%d1%80%d1%96%d0%bd%d0%ba%d0%b8-1-8%2c124-128.pdf

10. 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.

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. Брендинг: учебник и практикум для бакалавраты и магистратуры. 2018. URL:https://biblio-online.ru/viewer/9E6F7ED1-7DC9-4430-93FD-752932089C37/brending#page/1

3. Иванов А.А. Брендинг: учеб. пособие Комсомольск-на-Амуре: ФГБОУ ВПО «КнАГТУ», 2013. URL: https://knastu.ru/media/files/posobiya_files/_8WbxcC.pdf

4. Штовба О.В. Товарний брендинг 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=Y292ZXJQYWdlOzI4MDg3MzU2NjtBUzoyNjExNTM0OTg1OTUzMjhAMTQzOTI3NTI1NDc4NA%3D%3D&el=1_x_2&_esc=publicationCoverPdf

5. Пономарьова Є.А. Бренд-менеджмент. URL: https://stud.com.ua/154412/marketing/brend-menedzhment.

Інформаційні ресурси мережі Інтернет

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