



## СИЛАБУС навчальної дисципліни «Бренд-менеджмент»

### ЗАГАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ ПРО НАВЧАЛЬНУ ДИСЦИПЛІНУ

Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський) рівень
Код і найменування спеціальності	073 Менеджмент
Тип і назва освітньої програми	ОПП Менеджмент підприємства
Курс, семестр	3-й курс, 1-й семестр
Обсяг і форма семестрового контролю з навчальної дисципліни	Кількість кредитів ЄКТС – 4,0 Загальна кількість годин 120 год, із яких: лекцій – 16 год., практичних – 14 год. Форма семестрового контролю – залік.
Мова(и) викладання	Державна
ННІ, кафедра	Навчально-науковий інститут економіки, управління, права та інформаційних технологій Кафедра менеджменту ім. І.А. Маркіної
Контактні дані розробника	 <p>Ірина Потапюк, кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри менеджменту ім. І.А. Маркіної Контакти: ауд. 488а (навчальний корпус №4) e-mail: iryna.potaryuk@pdau.edu.ua тел. +38 050 136 03 22. Профайл: <a href="https://www.pdau.edu.ua/people/potaryuk-iryna-petrivna">https://www.pdau.edu.ua/people/potaryuk-iryna-petrivna</a></p>
<b>МІСЦЕ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ В ОСВІТНІЙ ПРОГРАМІ</b>	
Статус навчальної дисципліни	Обов'язкова навчальна дисципліна
Передумови для вивчення навчальної дисципліни	Маркетинг, Менеджмент, Комунікативний менеджмент, Менеджмент-консалтинг, Стиль та імідж менеджера
Компетентності	<b>Загальні:</b> ЗК 3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу, синтезу. ЗК 4. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях. ЗК 5. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності. ЗК 9. Здатність вчитися та оволодівати сучасними знаннями. ЗК 11. Здатність до адаптації та дій у новій ситуації. ЗК 12. Здатність генерувати нові ідеї (креативність). <b>Фахові:</b> СК 1. Здатність визначати та описувати характеристики організації.

	<p>СК 6. Здатність діяти соціально відповідально і свідомо.</p> <p>СК 7. Здатність обирати та використовувати сучасний інструментарій менеджменту.</p> <p>СК 9. Здатність працювати в команді та налагоджувати міжособистісну взаємодію при вирішенні професійних завдань.</p> <p>СК 10. Здатність оцінювати виконувані роботи, забезпечувати їх якість та мотивувати персонал організації.</p> <p>СК 11. Здатність створювати та організовувати ефективні комунікації в процесі управління.</p> <p>СК 12. Здатність аналізувати й структурувати проблеми організації, формувати обґрунтовані рішення.</p> <p>СК 16. Здатність застосовувати сучасні технології створення та управління власним іміджем, а також іміджем підприємства, організації.</p>
<p><b>Програмні результати навчання</b></p>	<p>РН04. Демонструвати навички виявлення проблеми та обґрунтування управлінських рішень.</p> <p>РН11. Демонструвати навички аналізу ситуації та здійснення комунікації у різних сферах діяльності організації.</p> <p>РН16. Демонструвати навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.</p> <p>РН21. Формувати позитивний імідж у процесі управлінської діяльності.</p>
<p><b>РОЛЬ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ У ФОРМУВАННІ СОЦІАЛЬНИХ НАВИЧОК (SOFT SKILLS)</b></p>	
<p>Під час вивчення навчальної дисципліни «Бренд-менеджмент» здобувачі вищої освіти мають змогу сформувати наступні soft skills: організаційні (тайм-менеджмент, організація простору); комунікативні (комунікабельність, проведення презентації, робота в команді, уміння давати зворотний зв'язок, нетворкінг); когнітивні та інформаційні (креативність, логіка, бажання навчатися, критичне мислення).</p>	
<p><b>МЕТА ВИВЧЕННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ</b></p>	
<p>Вивчити принципи і технології формування брендів, зрозуміти ролі і призначення брендів у комерційній та некомерційній діяльності, сформувати у майбутніх фахівців соціально-відповідальну та професійно-компетентну культуру управління активами торгової марки, а також сформувати систему знань і практичних навичок у студентів, що дозволяють розробити і оцінити ефективність бренду.</p>	
<p><b>ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ</b></p>	
<p>Тема 1. Суть, поняття та розвиток бренд-менеджменту.</p> <p>Тема 2. Основи організації маркетингової діяльності та її зв'язок із брендингом.</p> <p>Тема 3. Активи бренду.</p> <p>Тема 4. Позичування бренду.</p> <p>Тема 5. Архітектура брендів.</p> <p>Тема 6. Розробка марочної стратегії.</p> <p>Тема 7. Концепції та стратегії управління брендами.</p> <p>Тема 8. Цінність бренду.</p>	
<p><b>МЕТОДИ НАВЧАННЯ І ВИКЛАДАННЯ</b></p>	
<p>1) <i>методи організації та здійснення навчально-пізнавальної діяльності</i>: словесні (лекція, розповідь, пояснення, бесіда), наочні, практичні (практичні роботи, робота з навчально-методичною літературою);</p> <p>2) <i>методи стимулювання і мотивації навчально-пізнавальної діяльності</i>: методи</p>	

формування пізнавальних інтересів, методи стимулювання і мотивації обов'язку й відповідальності;

3) *інноваційні та інтерактивні методи навчання:*

інтерактивні методи (дискусії, диспути, кейс-метод, розв'язування проблем (дерево рішень, мозковий штурм), імітаційні технології (ситуаційні вправи, імітації, рольова гра, проєктування професійних ситуацій), робота з документами, метод Дельфі, позааудиторні методи навчання (перегляд фільмів з тематики дисципліни)),

комп'ютерні та мультимедійні методи (використання мультимедійних презентацій; дистанційне навчання);

4) *методи контролю і самоконтролю за ефективністю навчально-пізнавальної діяльності:* методи усного контролю, методи письмового контролю, методи самоконтролю.

### ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ

Схема нарахування балів, шкала та критерії оцінювання результатів навчання

Наведені у Додатку до силабусу

### ПОЛІТИКА ВИВЧЕННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ ТА ОЦІНЮВАННЯ

- щодо термінів виконання та перескладання

здобувач вищої освіти зобов'язаний дотримуватись крайніх термінів (дата для аудиторних видів робіт або час в системі дистанційного навчання Moodle), до яких має бути виконано певне завдання. Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку (-1 бал). З Положення про оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти в Полтавському державному аграрному університеті можна ознайомитися на сторінці ПДАУ: <http://surl.li/ovxsxe>

- щодо академічної доброчесності

виконані завдання здобувачами вищої 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. Письмові роботи перевіряються на наявність плагіату і допускаються до захисту із коректними текстовими запозиченнями у межах встановлених норм. У разі виявлення факту плагіату здобувач вищої освіти отримує за завдання 0 балів і повинен повторно виконати його. Списування під час контрольних робіт та екзаменів заборонені (у т. ч. із використанням мобільних пристроїв). Мобільні пристрої дозволяється використовувати лише під час он-лайн тестування. Документи стосовно академічної доброчесності наведені на сторінці Академічна доброчесність ПДАУ: <https://www.pdau.edu.ua/content/akademichna-dobrochesnist>

- щодо відвідування занять

відвідування занять є обов'язковим компонентом оцінювання, не дозволяються пропуски занять та запізнення з неповажних причин. Здобувачі освіти повинні приймати активну участь під час проведення занять, виконувати необхідний мінімум навчальної роботи, що є допуском до підсумкового контролю. Обов'язкове вимкнення мобільних девайсів під час відвідування занять в аудиторії. В умовах впровадження дистанційної форми навчання за

	<p>наявності об'єктивних причин (наприклад, лікарняні, індивідуальний графік, знаходження на карантині і т. ін.) та за узгодженням з викладачем, освоєння навчальної дисципліни здобувачами вищої освіти може здійснюватися самостійно, на засадах академічної доброчесності. При цьому щотижня здобувач вищої освіти має звітувати через електронну пошту або через систему дистанційного навчання Moodle про стан виконання завдань та раз на тиждень – за графіком консультацій – виходити на онлайн-консультацію</p>
<p>- щодо зарахування результатів неформальної / інформальної освіти</p>	<p>здобувачі вищої освіти мають право на перезарахування результатів навчання, набутих у неформальній та інформальній освіті згідно відповідного Положення про порядок визнання результатів навчання, набутих у неформальній та інформальній освіті, здобувачами вищої освіти Полтавського державного аграрного університету. Здобувачі можуть самостійно на платформах онлайн-освіти, шляхом участі у короткострокових навчальних програмах і проєктах (з видачею сертифіката) опанувати навчальний матеріал, який за змістом дозволяє бути очікувані навчальні результати навчальної дисципліни. З Положенням про порядок визнання результатів навчання, здобутих у неформальній та інформальній освіті здобувачами вищої освіти Полтавського державного аграрного університету можна ознайомитися на сторінці ПДАУ: <a href="http://surl.li/wvcibz">http://surl.li/wvcibz</a></p>
<p>- щодо оскарження результатів оцінювання</p>	<p>Після оголошення результатів поточного або семестрового контролю здобувач освіти має право звернутися до викладача з проханням надати роз'яснення щодо отриманої оцінки. Результат оцінювання може бути оскаржений не пізніше наступного робочого дня після його оголошення. Порядок оскарження результатів атестації здобувачів вищої освіти регламентується Положенням про атестацію здобувачів вищої освіти та екзаменаційну комісію у Полтавському державному аграрному університеті. З Положенням про оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти в Полтавському державному аграрному університеті можна ознайомитися на сторінці ПДАУ: <a href="http://surl.li/ovxsxe">http://surl.li/ovxsxe</a></p>
<p><b>РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ</b></p>	
<p style="text-align: center;"><b>Основні:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Боєнко О.Ю. Середовище формування брэнда через призму економічних, правових та соціально-культурних аспектів. <i>Економіка і організація управління</i>. 2018. № 1. С. 43-51.</li> <li>2. Змітрович Д.Д., Солнцев С.О. Портфель брэндів компанії: структура та управління. <i>Актуальні проблеми економіки та управління</i>. 2018. № 12. URL: <a href="http://ape.fmm.kpi.ua/article/view/134960">http://ape.fmm.kpi.ua/article/view/134960</a>.</li> <li>3. Ковшова І.О. Маркетинговий менеджмент : теорія, методологія, практика : монографія. 2018. 516 с.</li> <li>4. Котлер Ф. Маркетинг. К. : КМ-Букс. 2019. 224 с.</li> <li>5. Остапчук Т.П., Пашенко О.П. Аналіз архітектури портфеля брэндів. <i>Східна Європа: економіка, бізнес та управління</i>. 2021. Вип. 1. С. 32-36.</li> <li>6. Ромат Є.В. Брэнд-менеджмент : опорний конспект лекцій. Київ : КНТЕУ, 2018. 89 с.</li> <li>7. Танасійчук А.М. Брэнд-менеджмент : опорний конспект. Вінниця : Видавничо-редакційний відділ ВТЕІ КНТЕУ, 2020.</li> </ol>	

#### Допоміжні:

1. Кашпур А. Соціальний капітал бренду. *Вісник КНТЕУ*. 2019. № 5. С. 86-95.
2. Гранат Л. Брендингові технології управління репутацією інтернет-магазинів. *Вісник КНТЕУ*. 2019. № 5. С. 96-106.
3. Пушкарьов М. О., Чабанова Є. І., Лободзинська Т. П. Брендинг: стан і перспективи розвитку в Україні. *Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії*. Запоріжжя, 2017. Вип. 6 (12). С. 108-111.
4. Едді Юн. Суперспоживачі. Швидкий шлях до зростання бренду. К. : Вид-во Наш Формат, 2019. 160 с.
5. Котлер Ф. Десять смертних гріхів маркетингу. К. : Вид-во Книжковий клуб «Клуб Сімейного Дозвілля», 2018. 160 с.
6. Потапюк І.П., Вотінова О.С., Стрельнік С.В. Роль бренду в управлінні спортивно-оздоровчою діяльністю. *Приазовський економічний вісник*. 2019. № 1 (12). С. 110-114. URL: <http://rev.kpu.zp.ua/vypusk-1-12>.
7. Міллер Д. Створи StoryBrand. Розкажи історію бренду, і тебе почують. Харків : ТОВ Видавництво Vivat, 2022. 240 с.
8. Потапюк І.П., Дмитренко А.Р. Щербакова Ю.О. Теоретичні аспекти брендингу у маркетинговій діяльності підприємства. *Приазовський економічний вісник*. Вип. № 3 (32) 2022. URL: <http://rev.kpu.zp.ua/vypusk-32>.

#### Інформаційні ресурси:

1. Українська асоціація маркетингу. URL: <https://uam.in.ua/ukr/>
2. Всеукраїнська рекламна коаліція. URL: <https://vrk.org.ua>
3. Аналітичний портал про маркетингові комунікації Marketing Media Review. URL: <https://mmr.ua/>
4. Американська асоціація маркетингу <https://www.ama.org>.
5. Інформаційний портал «BrandStory». URL: <http://brandstory.com.ua/>

#### Онлайн-курси:

1. Курс «Маркетинг: розробка та продаж пропозиції цінності». Онлайн-платформа «Prometheus». URL: [https://prometheus.org.ua/course/course-v1:Prometheus+MARKETING101+2015\\_T2](https://prometheus.org.ua/course/course-v1:Prometheus+MARKETING101+2015_T2)
2. Курс «Цифровий маркетинг». Онлайн-платформа «Prometheus». URL: [https://prometheus.org.ua/course/course-v1:Prometheus+DM101+2021\\_T1](https://prometheus.org.ua/course/course-v1:Prometheus+DM101+2021_T1)
3. Курс «Успішний стартап: від ідеї до масштабування». Онлайн-платформа «Prometheus». URL: [https://prometheus.org.ua/course/course-v1:UkrainianStartupFund+S\\_STARTUP101+2023\\_T1](https://prometheus.org.ua/course/course-v1:UkrainianStartupFund+S_STARTUP101+2023_T1)

**Реквізити  
затвердження**

Затверджено на засіданні кафедри менеджменту ім. І.А. Маркіної.  
Протокол № 1 від 03.09.2024 р.

## Додаток до силябусу

# СХЕМА НАРАХУВАННЯ БАЛІВ, ШКАЛА ТА КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ

### Схема нарахування балів із навчальної дисципліни

Назва теми	Форми контролю результатів навчання здобувачів вищої освіти				Разом
	Виконання завдань на практичних заняттях	Виконання завдань самостійної роботи	Розв'язування тестів	Екзамен	
Тема 1. Суть, поняття та розвиток бренд-менеджменту	4	3	3		10
Тема 2. Основи організації маркетингової діяльності та її зв'язок із брендингом	4	3	3		10
Тема 3. Активи бренду	4	3	3		10
Тема 4. Позиціонування бренду	4	3	3		10
Тема 5. Архітектура брендів	4	3	3		10
Тема 6. Розробка марочної стратегії	4	3	3		10
Тема 7. Концепції та стратегії управління брендами	4	3	3		10
Тема 8. Цінність бренду	4	3	3		10
<b>Екзамен</b>				20	20
<b>Разом</b>	<b>32</b>	<b>24</b>	<b>24</b>	<b>20</b>	<b>100</b>

### Шкала та критерії оцінювання

– виконання вправ на практичних заняттях:

Рівень опанування РН	Якісна оцінка відповідей, виконання завдань, поведінки здобувача	Кількість балів
Високий	відповіді вірні, супроводжувалися практичними прикладами та власними роздумами з теми заняття. Висока активність здобувача вищої освіти на занятті	4
Достатній	відповіді в цілому вірні, але містять деякі помилки. Висока активність здобувача вищої освіти на занятті	3
Середній	відповіді містять ряд помилок, що характеризують знання здобувача вищої освіти як середні. Висока активність на занятті	2
Задовільний	відповіді містять помилки, які є суттєвими, що здебільшого викликані недостатнім опануванням здобувачем вищої освіти навчального матеріалу. Незначна активність на занятті	1
Незадовільний	відповіді невірні. Пасивна поведінка здобувача вищої освіти на занятті	0

– виконання завдань самостійної роботи:

Рівень опанування РН	Якісна оцінка відповідей, виконання завдань, поведінки здобувача	Кількість балів
Високий	завдання виконані повністю вірно та оформлення відповідає вимогам, є практичні приклади та власні роздуми з теми заняття. Здані виконані завдання вчасно	3
Достатній	завдання виконані в цілому вірно, але є незначні помилки та/або помилки в оформленні; присутній креативний підхід у виконанні завдань. Здані завдання вчасно	2,5
Середній	відповіді на завдання самостійної роботи містять ряд помилок, що характеризують знання ЗВО як середні. Присутні помилки в оформленні або невчасна здача завдання	2
Задовільний	відповіді на поставлені завдання самостійної роботи містять помилки, які є суттєвими / або завдання виконане неповністю. Присутні помилки в оформленні та / або невчасна здача завдання	1,5
Низький	відповіді невірні, або містять значні помилки, що здебільшого зводять завдання до того рівня, який неможливо оцінити. Присутні помилки в оформленні та / або невчасна здача завдання.	1
Незадовільний	завдання не виконане	0

– розв'язування тестів

6 питань – ціна вірної відповіді 0,5 балів:

Рівень опанування РН відповідної навчальної програми	Кількість правильних відповідей на тестові завдання	Кількість балів
Високий	6	3,0
Достатній	5	2,5
Середній	4	2,0
Задовільний	3	1,5
Низький	2 – 1	1,0 – 0,5
Незадовільний	0	0