

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ТАВРІЙСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ АГРОТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ДМИТРА МОТОРНОГО

Факультет економіки та бізнесу

Кафедра маркетингу

ПОГОДЖЕНО

Гарант ОПП

д.н. держ. упр., доц.  Ганна ОРТИНА

«28» 08 2020 р.

ЗАТВЕРДЖЕНО

Зав. кафедри маркетингу

д.е.н.  Дар'я ЛЕГЕЗА

«28» 08 2020 р.

ПРОГРАМА НАВЧАННЯ ЗДОБУВАЧІВ ВО - СИЛАБУС

з дисципліни «Бренд-менеджмент» (за вибором здобувача)
(найменування та статус компоненти: обов'язкова або за вибором студента)
для спеціальності 281 «Публічне управління та адміністрування», за ОПП «Публічне
управління та адміністрування»
(шифр, найменування спеціальності, освітньої програми)

форма навчання	<u>денна</u> <u>(денна, заочна)</u>
Кількість кредитів	<u>4 кредита</u>
Курс	<u>М1</u>
Семестр	<u>2-й</u>
Змістових модулів (підсумкових модульних контролів) –	<u>2</u>
СРС	<u>70 годин</u>
Форма контролю	<u>диференційований залік</u> (екзамен або диференційований залік)
Загальна кількість годин	<u>120 годин</u>

«БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТ». Силабус для здобувачів ступеня вищої освіти «Магістр» факультету економіки та бізнесу, спеціальності 281 «Публічне управління та адміністрування» - Мелітополь: ТДАТУ імені Дмитра Моторного, 2020. – 7с.

Силабус складений на підставі «Положення про програму навчання здобувачів вищої освіти – силабус» Мелітополь: ТДАТУ, 2019. – 16с.

Розробник(и): Сокіл Я.С., к.е.н., доцент

Рецензент: КУЧЕРКОВА С.О., к.е.н., доцент

Силабус затверджений на засіданні кафедри «Маркетинг»

Протокол № 1 від «31» серпня 2020 року

Завідувач кафедри «Маркетинг»

д.е.н, доцент Дар'я ЛЕГЕЗА

Схвалено методичною комісією факультету економіки та бізнесу зі спеціальності 281 «Публічне управління та адміністрування» ступеня вищої освіти «Магістр»

Протокол № 2 від «23» вересня 2020 року

Голова, доц. Анна КОСТЯКОВА

1. Анотація курсу та Веб-сайт його розміщення

Курс «Бренд-менеджмент» є вибіркоvim компонентом освітньої програми «Публічне управління та адміністрування», і дисципліною, що містить основні відомості щодо основних принципів та особливостей управління ефективністю використання брендів у діяльності підприємства та інтеграції процесів створення, управління та оцінки ефективності брендів, спрямованих на збільшення їхньої цінності для споживачів.

Веб-сайт курсу

<http://op.tsatu.edu.ua/course/view.php?id=469> (доступ через особистий логін і пароль для освітнього порталу ТДАТУ)

2. Мета викладання дисципліни

Метою дисципліни є опанування студентами таких загальних компетентностей з використання основ брендингу, методів його організації для ефективного господарювання на рівні основної ланки суспільного виробництва – підприємства; набуття необхідної сукупності теоретичних і практичних знань для вирішення конкретних економічних завдань на сучасному етапі розвитку економіки.

3. Завдання вивчення дисципліни

- опанування методологічного апарату побудови архітектури і портфеля брендів; отримання концептуальних знань про створення сильних брендів;
- вивчення теоретичних понять бренд-менеджменту та сучасних тенденцій у цій галузі знань;
- набуття здатностей до творчого пошуку напрямків удосконалення управління брендом в діяльності підприємств;
- осмислення здобутих знань і глибоке вивчення теоретичних і практичних проблем стратегічного розвитку підприємств.

4. Результати навчання – компетентності (з урахуванням soft skills)

Програмні результати, досягнення яких забезпечує навчальна дисципліна:

знання	актуальні концепції бренду і брендингу; роль бренд-менеджменту в організації просування продукту; функції бренд-менеджменту; параметри ідентичності бренду; різновиди бренд-стратегій підприємства; методи оцінки марочного капіталу; методи оцінки ефективності бренд-менеджменту
уміння	- використовувати сучасні статистичні методи, моделі, цифрові технології, спеціалізоване програмне забезпечення для розв'язання складних задач публічного управління та адміністрування (PH04); - здійснювати ефективне управління інноваціями, ресурсами, ризиками, проектами, змінами, якістю, застосовувати сучасні моделі, підходи та технології, міжнародний досвід при проектуванні та реорганізації управлінських та загальноорганізаційних структур (PH06); - уміти здійснювати ефективну комунікацію, аргументувати свою позицію, використовувати сучасні інформаційні та комунікаційні технології у сфері публічного управління та адміністрування на засадах соціальної відповідальності, правових та етичних норм (PH08); - планувати і здійснювати наукові та прикладні дослідження у сфері публічного управління та адміністрування, включаючи аналіз проблематики, постановку цілей і завдань, вибір та використання теоретичних та емпіричних методів дослідження, аналіз його результатів, формулювання обґрунтованих висновків (PH12);
комунікація	ефективна взаємодія в команді; спілкування з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності); формування відносин з менеджерами для підвищення рівня їх зацікавленості у розвитку підприємства
soft skills	вміння приймати організаційно-управлінські рішення та готовність нести за них відповідальність, організація взаємодії в проектах, чесність, відкритість, емоційний інтелект, презентаційні навички

5. Пререквізити

Дисципліни, що передують вивченню даної дисципліни

Економіка підприємств,
Маркетинг;
Менеджмент;
Стратегічне управління

6. Постреквізити

Дисципліни, які спираються на вивчення даної дисципліни

Маркетинг інновацій

7. Інформація про викладача

Викладач (-і)

Сокіл Яна Сергіївна, доц., к.е.н., доцент кафедри маркетингу;
<http://feb.tsatu.edu.ua/teacher/sokil-yana-sergiyivna/>

E-mail викладача

yana.sokil@tsatu.edu.ua

8. Структура курсу

Номер тижня	Вид заняття	Тема заняття та завдання на самостійну роботу	Кількість				балів
			годин				
			лк	лаб	пр	СРС	
Змістовий модуль 1 «Основи брендингу»							
1	Лекція 1	<i>Сутність та значення бренд менеджменту</i>	2				
	Практична робота 1	Сутність та значення бренд менеджменту			2		4
	Самостійна робота	Робота на навчально-інформаційному порталі				5	4
2	Лекція 2	<i>Ідентичність та побудова брендів</i>	2				
	Практична робота 2	Активи бренду			2		4
	Самостійна робота	Робота на навчально-інформаційному порталі				5	4
3	Лекція 3	<i>Ідентичність та побудова брендів</i>	2				
	Практична робота 3	Розроблення практичної структури бренду			2		4
	Самостійна робота	Робота на навчально-інформаційному порталі				5	4
4	Лекція 4	<i>Правові аспекти бренд-менеджменту</i>	2				
	Практична робота 4	Правові аспекти бренд-менеджменту			3		4
	Самостійна робота	Робота на навчально-інформаційному порталі				5	4
5	Лекція 5	<i>Управління портфелем брендів</i>	2				
	Практична робота 5	Позиціювання бренду			3		4
	Самостійна робота	Робота на навчально-інформаційному порталі				5	4
6, 7	Самостійна робота	ПМК I				5	
	ПМК I	Підсумковий контроль за змістовий модуль I					10
Всього за змістовий модуль 1 – 60 год.			10		15	35	50
Змістовий модуль 2 «Практичні аспекти формування та управління брендами підприємства»							

14	Лекція 6	<i>Інтернет-брендинг: розвиток бренду в глобальній мережі</i>	2				
	Практична робота 6	Створення Інтернет-бренду підприємства			3		4
	Самостійна робота	Робота на навчально-інформаційному порталі				7	4
15	Лекція 7	<i>Інтернет-брендинг: розвиток бренду в глобальній мережі</i>	2				
	Практична робота 7	Позиціонування бренду в мережі Інтернет			3		4
	Самостійна робота	Робота на навчально-інформаційному порталі				7	4
16	Лекція 8	<i>Капіталізація бренду</i>	2				
	Практична робота 8	Розрахунок оцінки марочного капіталу та норми повернення інвестицій у товарну марку			3		4
	Самостійна робота	Робота на навчально-інформаційному порталі				6	4
17	Лекція 9	<i>Капіталізація бренду</i>	2				
	Практична робота 9	Оцінка ефективності бренду			3		4
	Самостійна робота	Робота на навчально-інформаційному порталі				5	4
18	Лекція 10	<i>Франчайзинг як формат ведення бізнесу та ефективна форма використання бренда</i>	2				
	Практична робота 10	Франчайзинг як формат ведення бізнесу та ефективна форма використання бренда			3		4
	Самостійна робота	Робота на навчально-інформаційному порталі				5	4
19,20	Самостійна робота	Підготовка до написання ПМК II				5	
	ПМК II	Підсумковий контроль за змістовий модуль II					10
Всього за змістовий модуль 2 – 60 год.			10		15	35	50
Всього з навчальної дисципліни – 120 год.							100

9. Методи та форми навчання

Форми навчання: за рівнем взаємодії здобувача вищої освіти з викладачем: індивідуальне, групове, колективне; за місцем проведення занять: аудиторне, поза аудиторне

Методи навчання: за організацією пізнавальної діяльності: словесні (лекції, дискусії), наочні (презентації), практичні (вправи, виконання завдань по заповненню звітності під час занять, навчальна та виробнича практика); за видами занять: лекції (лекція-візуалізація,

лекція – бесіда); практичні заняття (індивідуальні та групові вправи, тематична дискусія, робота в малих групах); за мотивацією навчально-пізнавальної діяльності (ситуація звернення до життєвого досвіду студентів, заохочення); за контролем ефективності навчально-пізнавальної діяльності (самоконтроль через виконання тестів на навчально-інформаційному порталі, індивідуальне опитування, фронтальне опитування, ПМК);

за формою стимулювання пошукової та дослідницької діяльності (тематичні дискусії, завдання щодо використання мережі Інтернет, публічні промови і презентації, групові та/або індивідуальні проекти, моделі різних форматів професійних ситуацій).

10. Політика курсу

- ✓ Відвідування занять є важливою складовою навчання. За пропуски занять без поважної причини здобувач вищої освіти буде неатестований з даної дисципліни. Усі пропущені заняття мають бути відпрацьовані.
- ✓ Дозволяється вільне відвідування лекцій здобувачам за індивідуальним графіком навчання.
- ✓ Якщо здобувач вищої освіти відсутній з поважної причини, він/вона презентує виконані завдання під час самостійної підготовки та консультації викладача.
- ✓ Усі завдання, передбачені програмою, мають бути виконані у встановлений термін.
- ✓ Під час виконання письмових тестових завдань не допустимо порушення академічної доброчесності.
- ✓ Презентації та виступи мають бути авторськими (оригінальними).
- ✓ Здобувач вищої освіти повинен дотримуватися навчальної етики, поважно ставитися до учасників навчального процесу, дотримуватися дисципліни, дбайливо ставитись до обладнання та книжкового фонду ТДАТУ, виконувати графік навчального процесу.

11. Форма контролю знань

Щотижнево – бали за роботу на практичних заняттях; в межах кожної теми – бали за самостійну роботу; по завершенню змістового модуля – бали за ПМК; по завершенню семестру – підсумкові бали, у вигляді диференційованого заліку. Результати поточного та підсумково-модульного контролю формують узагальнену оцінку в балах за накопичувальним принципом.

12. Шкала оцінювання

Оцінювання знань здобувачів вищої освіти здійснюється відповідно до «Положення про оцінювання знань студентів ТДАТУ» за 100-бальною шкалою.

Критерії оцінювання

Практичні заняття	Частка вірно виконаних завдань
Самостійна робота (СРС)	Студент опрацьовує питання, що призначені для самостійного вивчення і для контролю проходить тестування на НІП ТДАТУ (дві спроби – середній результат)
Підсумково-модульний контроль (ПМК I, II)	Відбувається у вигляді тестових завдань та письмових робіт в кінці вивчення змістових модулів Під час модульного контролю оцінюються такі компоненти: <ul style="list-style-type: none"> ✓ Повнота розкриття питання (вірні відповіді) ✓ Якість інформації ✓ Самостійність
Диференційований залік	Підсумковою формою контролю є диференційований залік. Кількість балів виставляється за результатами всіх видів активності протягом семестру.

13. Рекомендована література та інформаційні ресурси

Рекомендована література

1. Арестенко Т.В. Бренд-менеджмент: Опорний конспект лекцій / Арестенко Т.В., Арестенко В.В., Гапоненко Т.М. – Київ: «ЦП«КОМПРИНТ», 2014. – 24 с.
2. Маркетингова товарна політика / [Чеботар С.І., Ларіна Я.С., Боняр С.М. та ін.] – К.: Преса України, 2012. – 262 с.

3. Кардаш В.Я. Маркетингова товарна політика: навч.-метод. посібник для самостійного вивчення дисципліни / В.Я. Кардаш. – К.: КНЕУ. – 345 с.

Інформаційні ресурси

1. Методичний кабінет кафедри маркетингу
2. Internet:
 - Журнал «Маркетинг в Україні» <http://uam.in.ua/rus/projects/marketing-inua>
 - Маркетинговий портал <http://www.marketing-research.in.ua>
 - GFK Ukraine http://www.gfk.ua/about_us/methods/cati/index.ua.html
 - TNS Ukraine [<http://tns.sdv.com.ua/page3457.html?template=print>]

14. Пакет дисципліни

Освітній портал ТДАТУ <http://op.tsatu.edu.ua/course/view.php?id=469>

Наукова бібліотека ТДАТУ <http://www.tsatu.edu.ua/biblioteka/>