



**Приватний вищий навчальний заклад  
«ІНСТИТУТ ПСИХОЛОГІЇ І ПІДПРИЄМНИЦТВА»  
Кафедра менеджменту та онтопсихології**

**СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

<b>Назва дисципліни</b>	<b>БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТ</b>
<b>Рівень вищої освіти</b>	перший (бакалаврський)
<b>Галузь знань</b>	D Бізнес, адміністрування та право (07 Управління та адміністрування)
<b>Спеціальність</b>	D3 Менеджмент (073 Менеджмент)
<b>Освітня програма</b>	Комунікативний менеджмент
<b>Кафедра, що забезпечує викладання</b>	кафедра менеджменту та онтопсихології
<b>1. Загальний опис навчальної дисципліни</b>	
<b>Обсяг дисципліни</b>	90 годин / 3 кредити ЄКТС, у т.ч.: - лекції – 16 годин; - практичні, семінарські заняття – 14 годин; - самостійна робота – 60 годин
<b>Мова викладання</b>	українська
<b>Методи навчання</b>	поєднання традиційних та інноваційних методів навчання: тематичні, проблемні, оглядові лекції, в тому числі за участю фахівців-практиків; проведення практичних занять, семінарів, презентацій, дискусій; застосування методу кейс-стаді із розв'язанням реальних завдань, вирішення розрахунково-аналітичних та творчих завдань; робота в малих групах, самостійна та командна робота; проведення ділових ігор, застосування проєктного підходу, мозкового штурму, проведення фахових тренінгів; консультації викладачів, участь у науково-практичних конференціях, круглих столах тощо.
<b>Форма підсумкового контролю</b>	залік загальна підсумкова оцінка = поточний контроль + проміжний (модульний) контроль; максимальна кількість балів: - за всі види поточного та проміжного (модульного) контролів – 100.
<b>2. Місце навчальної дисципліни в освітньо-професійній програмі</b>	
<b>Мета дисципліни</b>	ознайомлення з принципами і технологіями формування брендів, розуміння ролі і призначення брендів у комерційній та некомерційній діяльності, формування у майбутніх фахівців соціально-відповідальної та професійно-компетентної культури управління активами торгової марки, а також формування системи знань і практичних навичок у студентів, що дозволяють розробити і оцінити ефективність бренду торгової організації
<b>Загальні компетентності (ЗК)</b>	ЗК3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу, синтезу. ЗК4. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях. ЗК5. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності. ЗК8. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій. ЗК12. Здатність генерувати нові ідеї (креативність). ЗК16. Здатність ухвалювати рішення та діяти, дотримуючись принципу неприпустимості корупції та будь-яких інших проявів не

	доброчесності.
<b>Спеціальні (фахові, предметні) компетентності (СК)</b>	СК11. Здатність створювати та організовувати ефективні комунікації в процесі управління. СК16. Здатність формувати комунікативний дизайн бізнес-процесів. СК17. Здатність проектувати, реалізовувати та оцінювати комунікативні стратегії в цифровому середовищі, використовуючи сучасні інструменти контент-менеджменту, цифрового маркетингу та PR для ефективної взаємодії з цільовими аудиторіями.
<b>Програмні результати (ПРН)</b>	ПРН 11. Демонструвати навички аналізу ситуації та здійснення комунікації у різних сферах діяльності організації. ПРН 18. Демонструвати навички формування комунікативного дизайну бізнес-процесів. ПРН 19. Демонструвати навички проектування, реалізації та оцінювання комунікативних стратегій в цифровому середовищі, з використанням сучасних інструментів контент-менеджменту, цифрового маркетингу та PR для ефективної взаємодії з цільовими аудиторіями.
<b>Місце навчальної дисципліни в освітній програмі</b>	<b>Пререквізити:</b> «Маркетинг» <b>Пореквізити:</b> «Формування ділового іміджу», «Стратегічний менеджмент»

### 3. Тематичний план навчальної дисципліни

Назва теми та модуля	Кількість годин		
	аудиторної роботи		самостійної роботи
	лекції	практичні, семінарські	
<b>Змістовний модуль 1. Сутність бренд-менеджменту та основні поняття брендингу</b>			
Тема 1. Сутність і поняття бренд-менеджменту	2	2	10
Тема 2. Активи бренда	4	2	10
Тема 3. Моделі формування та розвитку структури брендів	4	2	10
<i>Модульна контрольна робота</i>		1	
<b>Змістовний модуль 2. Стратегії управління брендами</b>			
Тема 4. Позиціонування брендів на ринку	2	2	10
Тема 5. Бренд-стратегії підприємства	2	2	10
Тема 6. Марочний капітал бренда	2	2	10
<i>Модульна контрольна робота</i>		1	
<b>Разом</b>	<b>16</b>	<b>14</b>	<b>60</b>

### 4. Контрольні заходи та політика оцінювання

Розподіл балів за видами контролю та роботи	Вид контролю	Максимальна кількість балів
	<b>1. Поточне оцінювання роботи, всього:</b>	
- за 1 змістовим модулем		35
- за 2 змістовим модулем		45
<b>2. Модульна робота, всього:</b>		<b>20</b>
- контрольна робота за 1 модулем		10
- контрольна робота за 2 модулем		10

	<b>Разом</b>	<b>100</b>
<b>Критерії оцінювання результатів навчання</b>	детально представлено у робочій програмі навчальної дисципліни	
<b>Шкала оцінювання</b>	<b>Сума балів</b>	<b>Шкала ЄКТС</b>
	90 – 100	A
	82 – 89	B
	74 – 81	C
	64 – 73	D
	60 – 63	E
	35 – 59	FX
	0 – 34	F
	затверджена Положенням про організацію освітнього процесу ПВНЗ «Інститут психології і підприємництва»	
<b>Політика щодо дедлайнів та перекладання:</b>	Всі види контрольних заходів мають бути виконані у встановлені викладачем терміни. Здобувач вищої освіти допускається до підсумкового семестрового контролю, якщо він виконав не менше 60% робіт, які передбачені робочою програмою навчальної дисципліни.	
<b>Політика щодо академічної доброчесності</b>	Під час роботи над завданнями не допустимо порушення академічної доброчесності. При використанні Інтернет-ресурсів та інших джерел інформації здобувач повинен вказати джерело, використане в ході виконання завдання. Списування та використання мобільних телефонів та гаджетів під час проведення контрольних заходів заборонені. Детальніше у Кодексі академічної доброчесності ПВНЗ «Інститут психології і підприємництва» та Положенні про академічну доброчесність ПВНЗ «Інститут психології і підприємництва»	
<b>Політика щодо відвідування занять</b>	Відвідування занять є обов'язковим. Здобувачі, які за поважних обставин не можуть відвідувати заняття за розкладом, повинні узгодити із викладачем графік індивідуального відпрацювання пропущених занять впродовж поточного семестру. За поважних причин (хвороба, стажування тощо) або з причин непереборної сили (природні катаклізми, заходи карантинного порядку та інші форс-мажорні обставини) навчання може відбуватися з використанням технологій дистанційного навчання відповідно до Положення про організацію освітнього процесу з використанням технологій дистанційного навчання ПВНЗ «Інститут психології і підприємництва»	
<b>5. Рекомендовані джерела та інформаційні ресурси</b>		
<b>Основні джерела</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Григорчук Т.В. Брендинг [Електронний ресурс]: навчальний посібник [для дистанційного навчання]. - К. : КНУКіМ, 2019. - 163 с.</li> <li>Дергоусова А. О., Сиволовська О. В., Мкртичян О. М. Формування стратегії бренд-менеджменту в сфері освітніх послуг. <i>Ефективна економіка</i>. 2022. 2. – URL: <a href="http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&amp;z=10017">http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&amp;z=10017</a> (дата звернення: 29.06.2022)</li> <li>Роулз Д. Цифровий брендинг. / Д. Роулз: пер. з англ. К. Дервянко. – Харків: Видавництво «Фабула», 2020. – 256 с.</li> <li>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.</li> </ol>	
<b>Інформаційні ресурси</b>	1. Бібліотека Інституту психології і підприємництва.	

	URL: <a href="https://ipp.edu.ua/biblioteka/">https://ipp.edu.ua/biblioteka/</a> 2. Бібліотека ім. В.І. Вернадського. URL: <a href="http://www.nbu.gov.ua/">http://www.nbu.gov.ua/</a> 3. Верховна Рада України. URL: <a href="http://zakon.rada.gov.ua">http://zakon.rada.gov.ua</a> Кабінет Міністрів України. URL: <a href="http://www.kmu.gov.ua">http://www.kmu.gov.ua</a>	
<b>6. Інформація про викладача</b>		
<b>Викладач</b>	<b>ДЕРГОУСОВА Алла Олександрівна</b>	
<b>Науковий ступінь, вчене звання</b>	к.е.н., доцент	
<b>Посада</b>	Доцент кафедри менеджменту та онтопсихології	
<b>Контактний телефон</b>	+380675197577	
<b>E-mail</b>	a.dergousova@ipp.edu.ua	
		