

**КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ
УНІВЕРСИТЕТ
ВІННИЦЬКИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ ІНСТИТУТ
Кафедра маркетингу та реклами
СИЛАБУС
БРЕНДИНГ / BRANDING**

Інформація про викладача	
Викладач	Довгань Юрій Васильович
Науковий ступінь	кандидат економічних наук
Вчене звання	–
Посада	старший викладач кафедри маркетингу та реклами
Адреса кафедри	вулиця Соборна, будинок 87, корпус 1, кабінет 28
Контактний телефон	(0432) 55-04-02
Е-mail:	y.dovhan@vtei.edu.ua
Електронна сторінка курсу в системі дистанційного навчання	Доступна за посиланням: http://sun.vtei.com.ua/course/view.php?id=1588
Консультації	Відповідно до графіку індивідуальних консультацій: Понеділок, п'ятниця 10 ⁰⁰ – 15 ⁰⁰ за адресою кафедри маркетингу та реклами. Також можливі консультації шляхом листування через електронну пошту, зокрема, що стосується погодження планів та змісту наукових робіт, індивідуальних науково-дослідних завдань тощо.
Інформація про дисципліну	
Освітній ступінь	–
Галузь знань	Для усіх галузей знань
Спеціальність	Для усіх спеціальностей
Освітня програма	–
Навчальний рік	2022-2023
Семестр	–
Факультет	–
Курс	–
Групи	–
Анотація курсу	Дисципліна «Брендинг» направлена на формування у здобувачів вищої освіти системи професійних компетентностей з брендингу, методів його організації для ефективного господарювання підприємств в сучасних умовах, а саме формування у здобувачів вищої освіти цілісної системи знань про створення бренду, враховуючи аналіз тенденцій відповідного ринку; використання методів просування продуктових та технологічних інновацій та відповідних їм видів бренду; визначення вартості та ефективності використання бренду; використання інтегрованих маркетингових комунікацій у реальній діяльності підприємства та економіці; забезпечення та підвищення іміджу підприємства; формування інноваційних брендів на основі сучасних моделей та управління їх використанням через бренд-сайти
Мова викладання	Українська
Місце дисципліни в освітній програмі	
Освітня програма (ОП)	–
Перелік компетентностей	- розуміти структуру, зміст, сутність та основні технології створення бренду; - розуміти зміст комунікативної проблематики та її прояви у процесі створення та функціонування бренду; - знати розвиток брендів у просторі та часі і схеми їх аналізу;

	<ul style="list-style-type: none"> - розуміти культурні та ментальні особливості бренду; - знати роль та значення ефективності брендового впливу у комунікативному дискурсі; - розуміти основні тенденції розвитку сучасного брендингу.
Перелік програмних результатів навчання	<ul style="list-style-type: none"> - аналізувати бренд та брендинг; - застосовувати на практиці раціональні стратегії та тактики управління брендом; - аналізувати бренд через призму формування лояльності та довіри; - аналізувати індивідуальність бренду, сегментування та позиціонування бренду; - демонструвати навички щодо планування, організації та проведення різних комунікативних кампаній по побудові бренду; - оцінювати розвиток бренду у просторі та часі.
Пререквізити дисципліни	–

Тематичний план та оцінювання результатів навчання

Тематичний план (схема вивчення курсу)	Назва теми	Кількість годин			Форми контролю
		Усього годин / кредитів	з них		
			лекції	практичні заняття	
1	2	3	4	5	6
Тема 1. Сутність та еволюція брендингу	12	2	2	8	УО, ПО, Т, Р, ІЗ, СУН
Тема 2. Брендинг як маркетингова концепція	15	4	4	7	УО, ПО, Т, Р, ІЗ, СУН
Тема 3. Маркетингові дослідження брендингу	15	4	4	7	УО, ПО, Т, Р, ІЗ, СУН, ДК
Тема 4. Бренд, імідж та репутація: їх взаємозв'язок і вплив на розвиток територій, організацій та окремих осіб	18	4	4	10	УО, ПО, Т, Р, ІЗ, СУН, ДК
Тема 5. Моделі формування та розвитку бренда	14	2	2	10	УО, ПО, Т, Р, ІЗ, СУН, ДК
Тема 6. Позиціонування бренду	14	2	2	10	УО, ПО, Т, Р, ІЗ, СУН, ДК
Тема 7. Марочне бачення, стратегія та сприйняття споживачів	14	2	2	10	УО, ПО, Т, Р, ІЗ, СУН, ДК
Тема 8. Брендинг-комунікації у діяльності суб'єктів ринку	14	2	2	10	УО, ПО, Т, Р, ІЗ, СУН, ДК
Тема 9. Комунікативні функції брендованої упаковки	14	2	2	10	УО, ПО, Т, Р, ІЗ, СУН, ДК
Тема 10. Фірмовий стиль як складова брендингу	18	4	4	10	УО, ПО, Т, Р, ІЗ, СУН, ДК
Тема 11. Ребрендинг. Наймінг	14	2	2	10	УО, ПО, Т, Р, ІЗ, СУН, ДК
Тема 12. Особливості брендингу у різних сферах товарного обігу	18	4	4	10	УО, ПО, Т, Р, ІЗ, СУН, ДК
Всього	180/6	34	34	112	
Підсумковий контроль – екзамен					
<p>Умовні позначення:</p> <p>УО – усне опитування; ІЗ – індивідуальне завдання;</p> <p>ПО – письмове опитування; СУН – система управління навчанням moodle;</p> <p>Т – тестування; ДК – розрахунки та дослідження з використанням комп'ютера.</p> <p>Р – реферат;</p>					
Поточний контроль / критерії оцінювання	<p>За кожне практичне заняття – 4 бали. (17 занять * 4 бали = 68 балів)</p> <p>Самостійна робота студента – 32 бали.</p> <p>Разом за семестр – 100 балів.</p>				

	<p>На практичному занятті оцінюється (4 бали):</p> <ul style="list-style-type: none"> - усна/письмова відповідь студента – 1 бал; - правильність розрахунків при розв'язання ситуаційних завдань – 2 бали; - оформлення відповіді (звіту) та його захист – 1 бал. <p>Оцінювання самостійної роботи студента (32 бали):</p> <ul style="list-style-type: none"> - підготовка наукових публікацій та участь з доповідями на наукових конференціях, семінарах (10 балів); - виконання та презентація індивідуального завдання (14 балів); - робота в системі дистанційної освіти MOODLE – 8 балів.
Основні літературні та інформаційні джерела	<ol style="list-style-type: none"> 1. Савицька Н.Л., Мелушова І.Ю., Прядко О.М. Брендінг: конспект лекцій для студентів спеціальності 075 Маркетинг, 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність. Харків : ХДУХТ, 2019. 72 с. 2. Смерічевський С.Ф., Петропавловська С.Є., Радченко О.А. Бренд-менеджмент: навч. посібник. Київ : НАУ, 2019. 156 с 3. <i>Танасійчук А.М., Поліщук І.І., Громова О.Є., Бондаренко В.М., Гевчук А.В., Поліщук Н.В. Маркетинг : Навчальний посібник. Вінниця : ТОВ «Меркьюрі-Поділля», 2019. 292 с.</i>
Політика дисципліни	
Організація навчання	<p>Організація навчання здійснюється відповідно до Положення про організацію освітнього процесу здобувачів вищої освіти у ВТЕІ КНТЕУ.</p> <p>Викладання курсу передбачає поєднання традиційних форм аудиторного та самостійного навчання, з елементами електронного навчання, в якому використовуються спеціальні інформаційні технології, такі як система управління навчанням «MOODLE»; платформа: PROMETHEUS; платформа: COURSERA; інтерактивні елементи; онлайн консультування тощо. Під час сесії формат очний (offline / Face to face).</p>
Відпрацювання пропусків занять	<p>Пропущені практичні заняття студент повинен відпрацювати під час індивідуально-консультативної роботи з викладачем.</p> <p>Студент, який бажає відпрацювати пропущене заняття, повинен мати при собі:</p> <ul style="list-style-type: none"> - допуск з деканату на відпрацювання пропущеного заняття; - конспект, в якому міститься індивідуальна робота за відповідною темою; - довідку про проходження тестів по темі, яку було пропущено, у СУН «MOODLE» з дисципліни «Брендінг». <p>Завершальним етапом відпрацювання пропущеного заняття є усне опитування студента по даній темі.</p>
Допуск до підсумкового контролю	<p>Підсумкове оцінювання результатів навчання студента здійснюється у формі екзамену.</p> <p>Умови допуску до підсумкового контролю:</p> <ul style="list-style-type: none"> - мінімальна кількість балів, яку повинен набрати студент – 35; - відпрацювати усі пропущені заняття; - не мати академічної заборгованості за попередній семестр. <p>У разі, якщо здобувач вищої освіти бажає поліпшити свою оцінку, або не набрав 75 балів, він складає екзамен з усієї програми навчальної дисципліни у вигляді письмового опитування знань згідно завдань встановленого зразка. Результат виконання екзаменаційних завдань оцінюється з урахуванням результатів у співвідношенні 80:20, де 80 – максимальна оцінка за виконання екзаменаційного завдання, 20 – результат поточної успішності відповідно до шкали переводу поточної роботи для врахування її при</p>

	підсумковій оцінці.
Академічна доброчесність	<p>Для забезпечення академічної доброчесності студентам необхідно дотримуватися Положення про дотримання академічної доброчесності педагогічними та науково-педагогічними працівниками та здобувачами освіти ВТЕІ КНТЕУ. Доступна за посиланням: http://www.vtei.com.ua/doc/2019/ud/pol/2.pdf.</p> <p>Усі письмові роботи перевіряються на наявність плагіату і допускаються до захисту із коректними текстовими запозиченнями не більше 12%. Списування під час екзаменів заборонені (в т.ч. із використанням мобільних девайсів). Мобільні пристрої дозволяється використовувати лише під час он-лайн тестування.</p>
Інші складові політики дисципліни	<p>Усі завдання з дисципліни «Брендинг» мають бути виконані у встановлений термін.</p> <p>Різні моделі роботи на практичних заняттях (індивідуальна, в парах, в мікро-групах, групах) над вирішенням завдань дають можливість студентам якнайширше розкрити свій власний потенціал, навчитись довіряти своїм партнерам, розвинути навички інтелектуальної роботи в команді.</p> <p>Дисципліна «Брендинг» передбачає інтенсивне використання інформаційних технологій навчання, що дають можливість студентам та викладачу спілкуватись один з одним у будь-який зручний для них час, а для студентів, які відсутні на заняттях - отримати необхідну навчальну інформацію та представити виконані завдання.</p> <p>Протягом усього курсу активно розвиваються автономні навички студентів, які можуть підготувати додаткову інформацію за темою, що не увійшла до переліку тем практичних занять та виступити з презентацією чи доповіддю додатково (оцінюється окремо).</p>

Затверджено на засіданні кафедри маркетингу та реклами 02.11.2021 №16

Науково-педагогічний працівник



Юрій ДОВГАНЬ

Завідувач кафедри



Ірина ПОЛІЩУК