

Міністерство освіти і науки України
ВІННИЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Факультет економіки та підприємництва

ЗАТВЕРДЖУЮ

Декан факультету

економіки та підприємництва

А.А. Брояка

«19» квітня 2021 р.



СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

«БРЕНД МЕНЕДЖМЕНТ»

«Вибіркова освітня компонента освітніх програм»

РОЗГЛЯНУТО

на засіданні ради студентського
самоврядування факультету
економіки та підприємництва
Протокол № 6
від « 23 » березня 2021 р.

РОЗГЛЯНУТО

на засіданні Вченої Ради
факультету економіки та
підприємництва
Протокол № 8
від « 19 » квітня 2021 р.

Вінниця 2021

1. Відомості про викладача, який викладає навчальну дисципліну

Головня Олена Михайлівна, доцент, доктор економічних наук, доцент кафедри менеджменту зовнішньоекономічної діяльності, готельно-ресторанної справи та туризму, електронна адреса: ellens@meta.ua

2. Опис навчальної дисципліни

БК 7. Бренд менеджмент;

кількість кредитів ЄКТС - 2;

кількість годин - 60 годин, у тому числі 6 аудиторних годин, 54 години самостійна робота.

Програма навчальної дисципліни передбачає перезарахування кредитів освітніх компонентів, отриманих студентами, які навчались за програмою академічної мобільності, неформальної та інформальної освіти за наявності відповідних підтверджуючих документів.

Передбачено розробка аудіокурсу, дистанційних online курсів для здобувачів з особливими освітніми проблемами (інклюзивної освіти).

3. Час і місце проведення навчальної дисципліни

Термін викладання 7 курс, 13 семестр.

4. Пререквізити і постреквізити навчальної програми

Бренд менеджмент належить до навчальних дисциплін вибіркової компоненти, освітній компонент циклу професійної підготовки;

- при вивченні даної дисципліни використовуються знання, отримані з таких дисциплін (пререквізитів): «Методологія і організація наукових досліджень з основами інтелектуальної власності», «Стратегічний маркетинг в готельному та ресторанному бізнесі», «Ресторанний креатив».

- основні положення навчальної дисципліни мають застосовуватися при вивченні таких дисциплін (постреквізитів): «Інноваційні технології продукції ресторанного господарства, «Управління проектами в готельному та ресторанному бізнесі».

5. Характеристика навчальної дисципліни

5.1. Призначення навчальної дисципліни. Освітня компонента «Бренд менеджмент» спрямована на отримання здобувачами однієї з важливих і універсальних компетентності - Вміння обґрунтовувати та розробляти концепції бренду продукції та підприємства, формування ефективної ДНК бренду за елементами; використання інструментів стратегічного і тактичного вимірювання цінності брендів, вибирати й обґрунтовувати стратегії управління брендами та прогнозувати напрямки їх розвитку.

5.2. Мета вивчення навчальної дисципліни

Мета викладання навчальної дисципліни - Ознайомити студентів з основами управління брендами шляхом вивчення принципів і технологій формування торгових марок, розуміння ролі й призначення брендів у комерційній і некомерційній діяльності, планування концепції та архітектури брендів, розробки атрибутів й елементів бренду, оцінки економічної ефективності брендингу на підприємстві, формування у майбутніх фахівців соціально-відповідальної та професійно-компетентної культури управління активами торговельної марки..

5.3. Задачі вивчення дисципліни - У процесі навчання студенти ознайомлюються з теоретичними засадами актуальних концепцій бренда та брендингу, головними принципами та механізмами з таких напрямків роботи, як роль бренд-менеджменту в організації просування продукту, позиціонування та бренд-менеджмент, інтегровані комунікації бренд-менеджменту, моделі формування та розвитку бренду, особливості управління брендингом, організаційно-економічні аспекти брендингу, марочне бачення, стратегія розуміння та спрямування потреб споживачів, брендинг як основа побудови комунікаційної концепції маркетингу (ККМ), стратегія розвитку бренду як рухомої сили стратегії розвитку бізнесу.

Завдання дисципліни спрямовані на формування у студентів компетентності щодо:

Інтегральна компетентність: Здатність ставити та успішно вирішувати на професійному рівні науково-дослідницькі та практичні завдання, розв'язувати складні задачі дослідницького та/або інноваційного характеру готельно-ресторанної справи.

Загальні компетентності:

ЗК2. Здатність до системного творчого мислення, наполегливість у досягненні мети професійної та науково-дослідницької діяльності.

ЗК3. Креативність, здатність до індивідуальної науково-дослідної діяльності.

ЗК4. Здатність до аналізу, оцінки та синтезу нових ідей.

ЗК5. Здатність до пошуку альтернативних рішень у науково-дослідницькій та професійній діяльності.

ЗК6. Здатність використовувати системний аналіз при розробці та вирішенні питань.

ЗК8. Здатність до пошуку, опрацювання та узагальнення професійної і науково-технічної інформації.

ЗК9. Уміння розробляти проекти та керувати ними.

ЗК11. Здатність публічно презентувати результати роботи, висловлювати

та обґрунтовувати власну думку.

Фахові компетентності:

СК1. Знання теорії, закономірностей, методів (алгоритмів) і способів діяльності, що достатні для формування та впровадження власної моделі професійної діяльності, в тому числі в екстремальних умовах

СК2. Здатність формувати філософію, методологію, логіку, принципи об'єктивності наукового пошуку в готельній та ресторанній справі

СК3. Здатність використовувати методи наукових досліджень у сфері гостинності.

СК5. Здатність використовувати теорію і методи інноваційно-інформаційного розвитку на різних рівнях управління

Програмні результати:

РН 1. Знання передових концепцій, методів науково-дослідної та професійної діяльності в сфері гостинності

РН 2. Здатність розуміти і застосовувати на практиці теорії та методологією системи наук, які формують сервісологію.

РН 3. Здатність використовувати інноваційні методи і технології в сфері готельно-ресторанного бізнесу

РН 13. Ініціювати інноваційні комплексні проєкти, проявляти лідерство під час їх реалізації

РН 14. Навики генерування нових ідей, вміння виявляти фундаментальні проблеми, формулювати завдання та намічати шляхи дослідження

РН 16. Вміння розробляти техніко-економічне обґрунтування проєкту, моделювати сервісно-виробничі процеси, розробляти просторове рішення закладу та оформляти проєктну документацію.

РН 17. Вміння обґрунтовувати та розробляти концепції бренду продукції та підприємства, формування ефективної ДНК бренду за елементами; використання інструментів стратегічного і тактичного вимірювання цінності брендів, вибирати й обґрунтовувати стратегії управління брендами та прогнозувати напрямки їх розвитку.

5.4. Зміст навчальної дисципліни. Програма дисципліни орієнтована на глибоке засвоєння оволодіння запропонованою дисципліною має важливе значення для студентів, оскільки отримані у процесі її вивчення навички дозволять підготувати матеріали для підприємств, розробити бренд продукту, забезпечити моніторинг рекламних повідомлень та масових комунікацій у сфері підприємницької діяльності, планувати напрямки проведення рекламних кампаній, організовувати спеціальні події на міжнародному рівні (виставки, ярмарки), забезпечувати системні дослідження вітчизняного та міжнародного законодавства з формування та управління брендингом.

5.5. План вивчення навчальної дисципліни

Тиждень	Назви теми	Форми організації навчання та кількість годин		Самостійна робота, кількість годин
		лекційні заняття	практичні заняття	
	Тема 1. Суть, поняття та розвиток бренд-менеджменту	2	-	6
	Тема 2. Економічне середовище брендів	-	-	6
	Тема 3. Правове середовище брендів	-	-	6
	Тема 4. Функції, види та стратегії бренду	-	-	6
	Тема 5. Методика і практика розробки сильного бренду	-	-	6
	Тема 6. Сучасний концептуальний підхід до системи бренд-менеджменту	-	2	5
	Тема 7. Архітектура брендингу	-	-	5
	Тема 8. Основи оцінювання брендингу	-	-	5
	Тема 9. Бренд країни	-	-	5
	Тема 10. Брендинг в сфері готельно-ресторанного бізнесу	-	2	6
Разом		2	4	54

6. Самостійна робота студента

Самостійна робота студента (СРС) — це форма організації навчального процесу, при якій заплановані завдання виконуються студентом без безпосередньої участі викладача. СРС є основним засобом оволодіння навчальним матеріалом у час, вільний від обов'язкових навчальних занять.

Мета самостійної роботи студентів: розвиток творчих здібностей та активізацій розумової діяльності студентів; формування в студентів потреби безперервного самостійного поповнення знань; здобуття студентом глибокої системи знань як ознаки міцності знань; самостійна робота студентів як результат морально-вольових зусиль.

Методичне керівництво самостійною роботою студента з дисципліни **Бренд менеджмент** здійснює викладач.

Метою СРС є засвоєння навчальної програми в повному обсязі та послідовне формування у студентів самостійності як риси характеру, що відіграє суттєву роль у підготовці сучасного фахівця вищої кваліфікації.

В ході самостійної роботи студент має перетворитися в активного учасника навчального процесу, набути здатність самостійного оволодіння

теоретичними і практичними компетенціями, вільно орієнтуватися в інформаційному просторі.

№	Вид самостійної роботи	Години	Терміни виконання	Форма та метод контролю
1	Самостійна робота над конспектом лекцій з дисципліни	26	Протягом семестру	Усне та письмове опитування
2	Аналіз конкретної виробничої ситуації та підготовка аналітичної записки (Case Study)	10	Протягом семестру	Усне та письмове опитування
3	Виконання індивідуальних навчально-дослідних завдань з доповіддю та презентацією за заданою проблемною тематикою	10	Протягом семестру	Виступ в аудиторії з презентацією, усний захист, дискусія в групі на тему презентації
4	Підготовка до іспиту	10	Протягом семестру	Тестування у системі Сократ
Разом		54		

7. Список основної та додаткової літератури

Основні

1. 60-minute brand strategist : the essential Brand Book for marketing professionals / Idris Mootee. 2018.

2. Батьковець Н. О. Управління процесом формування бренду України на ринку міжнародного туризму. *Вісник Львівського торговельно-економічного університету. Економічні науки*. 2017. Вип. 53. С. 37-41. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vlca_ekon_2017_53_8

3. Мармуль Л. О. Методологічні засади управління брендами підприємств і організацій у галузі туризму. *Проблеми інноваційно-інвестиційного розвитку. Серія : Економіка та менеджмент*. 2017. № 12. С. 57-63. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Piir_2017_12_9

4. Ніфатова, О. М. Брендинг у системі інтегрованих структур бізнесу: теорія, методологія, практика : монографія / О. М. Ніфатова ; Київ. нац. ун-т технологій та дизайну. Вінниця : Нілан, 2017. 334 с.

5. Папп В. В. Бренд території міста в контексті стратегічного управління сферою туризму. *Науковий вісник Мукачівського державного університету. Сер. : Економіка*. 2017. Вип. 2. С. 133-141. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/nvmdue_2017_2_22

6. Сіті-брендинг : навч. посібник / Н. М. Влащенко; Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2016. 151 с.

7. Терещук М.І. Брендінгові технології у реалізації національних інтересів держав Центрально-Східної Європи на міжнародній арені : монографія / Терещук Марина Ігорівна ; Ун-т економіки та права "КРОК". Київ : Ун-т економіки та права "КРОК", 2017. 152 с.

8. Угоднікова О. І. Порівняння специфіки та особливостей визначення поняття маркетингу та брендінгу у галузі туризму та готельного господарства . *ScienceRise*. 2017. № 7. С. 15-18. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/text_2017_7_5

Допоміжні

1. 10 успішних українських брендів [Б. Ославський ; ідея: В. Карп'юк]. Брустурів : Discursus, 2017. 188 с.

2. Антикризове управління та управлінські рішення - проблеми підприємств малого бізнесу: Моногр. / С.А. Бурий, Д.С. Мацеха. Хмельниц.: ТОВ "Тріада-М", 2018. 93 с.

3. Антикризове управління: вибір методів / Д.В. Нізалов. *Зб. наук. пр. НаУКМА. (Миколаїв. філ.). Економіка*. Т. 9. С. 57-59.

4. Антикризове управління: теорія, методологія та механізми реалізації: монографія / О. В. Коваленко; Запоріж. держ. інж. акад. Запоріжжя, 2019. 466 с

5. Волонтир Л. О. Особливості антикризової політики на підприємстві. *IV Всеукр. наук.-практ. конф. «Формування стратегії соціально-економічного розвитку підприємницьких структур в Україні»*. 22-24 листоп. 2018. Львів, 2018. 2 с.

6. Гаврилюк А.М. Державна політика у сфері туризму в Україні: соціогуманітарний вимір : монографія / А. М. Гаврилюк ; ПрАТ "ВНЗ "Міжрегіон. Акад. упр. персоналом". Київ : Ліра-К, 2020. 426 с.

7. Правдюк Н. Л. Роль обліково-аналітичного забезпечення державної аграрної політики в умовах фінансових криз. *Облік і фінанси*. 2020. № 2. (88). С. 50-59.

8. Стратегічне управління організацією в умовах швидких змін середовища. *Вісн. Нац. ун-ту "Львів. політехніка"*. Пробл. економіки та упр. 2018. N 698. С. 244-249.

9. Фурман І. В. Проблеми застосування та механізм антикризового фінансового управління: теоретичний аспект. *Slovak international scientific journal*. 2020. № 43, Vol. 3. S. 45-56.

10. Чайковский Д. Brandhero: оставить след. Как построить созидательный бренд на своем любимом деле и создать внеконкурентный продукт, делая мир лучше : книга-открытие / Дмитрий Чайковский. - Киев : ІРІО, 2020. 232 с.

8. Методи навчання

Відповіді на запитання і опитування думок студентів

Ділові бесіди

Брейнстормінг («мозковий штурм»)

Робота в малих групах
Аналіз історій і ситуацій.
Дискусії, дебати, полеміки
Моделювання професійної діяльності.

Презентації результатів виконаних завдань та досліджень в програмі PowerPoint.

Презентації здобувача та виступи на наукових заходах ВНАУ

Аналіз конкретної виробничої ситуації та підготовка аналітичної записки (Case Study)

Вирішення проблеми, з якою може зіткнутися фірма або установа – dilemma decision

Виконання індивідуальних навчально-дослідних завдань з доповіддю та презентацією за заданою проблемною тематикою

Інші види індивідуальних та групових завдань.

9. Форми поточного та підсумкового контролю

Попередній контроль

Проведення поточних письмових контрольних робіт

Проведення колоквиуму

Проведення поточного тестування

Проведення підсумкової тестової перевірки знань

Фронтальне усне опитування

Індивідуальне усне опитування

Перевірка конспекту лекцій

Підсумковий контроль у вигляді екзамену

Оцінка доповідей за критерієм відповідності змісту темі дослідження та повноти розкриття теми дослідження

Оцінка презентацій за критеріями стильової єдності презентації, наявності графічної інформації та структурованості слайдів.

10. Критерії оцінювання результатів навчання

	Вид навчальної діяльності	Бали
Атестація 1		
1	Уважність на лекціях, наявність конспективних записів	6
2	Участь у роботі на практичних заняттях	6
3	Аналіз конкретної виробничої ситуації та підготовка аналітичної записки (Case Study)	6
4	Виконання контрольних робіт, тестування	6
5	Виконання індивідуальних навчально-дослідних завдань з доповіддю та презентацією за заданою проблемною тематикою	6

	Всього за атестацію 1	30
	Атестація 2	
6	Уважність на лекціях, наявність конспективних записів	6
7	Участь у роботі на практичних заняттях	6
8	Аналіз конкретної виробничої ситуації та підготовка аналітичної записки (Case Study)	6
9	Виконання контрольних робіт, тестування	6
10	Виконання індивідуальних навчально-дослідних завдань з доповіддю та презентацією за заданою проблемною тематикою	6
	Всього за атестацію 2	30
	Показники наукової, інноваційної, навчальної, виховної роботи та студентської активності	20
	Підсумкове тестування	20
	Разом	100

У кінці семестру, здобувач вищої освіти може набрати до 50% підсумкової оцінки за виконання всіх видів робіт, що виконуються протягом семестру, до 20% за показники наукової, інноваційної, навчальної, виховної роботи та студентської активності і до 30% підсумкової оцінки - на екзамені.

Шкала оцінки знань студента

Оцінка за національною 4-бальною шкалою	Рейтинг студента, бали	Оцінка за шкалою ECTS
Відмінно	90 – 100	A
Добре	82-89	B
	75-81	C
Задовільно	66-74	D
	60-65	E
Незадовільно	35-59	FX
	1-34	F

Якщо здобувач упродовж семестру за підсумками контрольних заходів набрав (отримав) менше половини максимальної оцінки з навчальної дисципліни (менше 35 балів), то він не допускається до заліку чи екзамену. Крім того, обов'язковим при мінімальній кількості балів за підсумками контрольних заходів є виконання індивідуальної творчої роботи (презентації).

Програма навчальної дисципліни передбачає врахування результатів неформальної та інформальної освіти при наявності підтверджуючих документів як окремі кредити вивчення навчальних дисциплін.

Критерії поточного оцінювання знань здобувачів вищої освіти

Усний виступ,	Критерії оцінювання
----------------------	----------------------------

письмові відповіді, виконання і захист творчої роботи, тестування	
5	Відповідь відмінна – правильна, обґрунтована, осмислена. Характеризує наявність: концептуальних знань; високого ступеню володіння станом питання; критичного осмислення основних теорій, принципів, методів і понять у навчанні та професійній діяльності. Правильно вирішив усі тестові завдання.
4	Відповідь правильна, але має певні неточності, недостатньо обґрунтована та осмислена. Достатньо повно володіє навчальним матеріалом, обґрунтовано його викладає під час усних виступів та письмових відповідей, в основному розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, використовуючи при цьому обов'язкову літературу. Правильно вирішив більшість тестових завдань.
3	Відповідь фрагментарна. Відповідь демонструє нечіткі уявлення студента про об'єкт вивчення. Студент з розумінням відтворює основні професійні знання та правильно виконує основні прийоми і технічні операції, необхідні для даної роботи. Виконує навчально-практичне завдання. Достатньо усвідомлено користується навчальною документацією. Потребує консультації викладача. При виконанні роботи припускається несуттєвих помилок і неточностей, які частково може виправити. Правильно вирішив половину тестових завдань.
2	Студент без достатнього розуміння відтворює компоненти професійних знань та недостатньо усвідомлено виконує основні прийоми і технічні операції. З частковою допомогою викладача виконує навчально-практичне або контрольне завдання. При виконанні роботи припускається помилок, які самостійно виправити не може. Результат виконаної роботи не відповідає якісним показникам. Кількість правильних відповідей недостатня.
1	Студент без достатнього розуміння відтворює компоненти професійних знань та недостатньо усвідомлено виконує основні прийоми і технічні операції. З частковою допомогою викладача виконує навчально-практичне або контрольне завдання. При виконанні роботи припускається помилок, які самостійно виправити не може. Результат виконаної роботи не відповідає якісним показникам.. Правильно вирішив окремі тестові завдання.
0	Студент з допомогою викладача відтворює на рівні розпізнання окремі компоненти професійних знань та виконує окремі елементи навчально-практичного або контрольного завдання. При виконанні роботи припускається суттєвих помилок. Результат виконаної роботи не відповідає якісним показникам. Не вирішив жодного тестового завдання.

10. Політика навчальної дисципліни

Політика навчальної дисципліни «Бренд менеджмент» заснована на політиці Вінницького національного аграрного університету.

Активна участь студентів на практичному занятті під час опитування, відвідування лекційних занять, ініціативність студентів в обговоренні дискусійних тем, своєчасність виконання самостійної роботи, заохочення студентів до науково-дослідної роботи.

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 (наукової, творчої) діяльності, використані методики досліджень і джерела інформації