



Силабускурсу Бренд-менеджмент в публічному управлінні

Ступінь вищої освіти – бакалавр

Галузь знань: 28 Публічне управління та адміністрування

Спеціальність: 281 Публічне управління та адміністрування

Освітньо-професійна програма «Публічне управління та адміністрування»

Рікнавчання: II Семестр: IV

Кількість кредитів:5 Мова викладання:

Керівник курсу

ПІП

д-р.екон.наук, доцент Жуковська Аліна Юріївна

Контактна інформація

zhuk.alina81@gmail.com, +380973073455

Опис дисципліни

Метою вивчення дисципліни «Бренд-менеджмент в публічному управлінні» є: формування у студентів системи фундаментальних знань про теоретико-методологічні засади бренд-менеджменту, його елементи, принципи, методи та інструменти, ідентифікація особливостей його використання в сфері публічного управління, набуття практичних навиків використання бренд-менеджменту в роботі органів публічної влади та публічних службовців.

Структуракурсу

№п/п	Тема	Результати навчання	Завдання
1	Тема 1. Поняття та роль бренд-менеджменту в діяльності органів публічної влади	Знати: поняття та основні підходи та концепції бренд-менеджменту, його функції, методи та технології; вміти: розрізняти основні підходи та концепції бренд-менеджменту, стратегії управління брендом при різних підходах.	Тести, дискусія, ситуаційні завдання, обговорення кейсів
2	Тема 2. Моделі бренд-менеджменту та особливості їх використання в органах публічної влади	Знати: основні моделі бренд-менеджменту та особливості їх використання в органах публічної влади; вміти: використовувати моделі бренд-менеджменту в практичній діяльності органів публічної влади.	Тести, дискусія, ситуаційні завдання, обговорення кейсів
3	Тема 3. Механізм створення та розвитку бренду органу публічної влади	Знати: алгоритм створення бренду, методи неймінгу, етапи розбудови бренду та способи донесення запланованого образу бренду до громадянина та встановлення зворотнього зв'язку; вміти: створювати та розвивати бренди.	Тести, дискусія, ситуаційні завдання, обговорення кейсів
4	Тема 4. Позиціонування бренду органу публічної влади	Знати: основні стратегії та етапи позиціонування бренду органу публічної влади; вміти: позиціонувати бренд органу публічної влади.	Тести, дискусія, ситуаційні завдання, обговорення кейсів

5	Тема 5. Система управління брендом органу публічної влади	Знати: елементи системи управління брендом та інтегровані критерії оцінки її ефективності; вміти: управляти брендом і визначати ефективність системи управління брендом.	Тести, дискусія, ситуаційні завдання, обговорення кейсів
6	Тема 6. Бренд-менеджмент територіальних громад та регіонів	Знати: підходи щодо формування стратегії бренд-менеджменту територіальних громад та регіонів; вміти: здійснювати бренд-менеджмент територіальних громад та регіонів.	Тести, дискусія, ситуаційні завдання, обговорення кейсів
7	Тема 7. Імідж та репутація органу публічної влади як елементи корпоративного бренду	Знати: структуру іміджу органів публічної влади, елементи його корпоративного іміджу, модель управління їхньою репутацією; вміти: управляти іміджем та репутацію органів публічної влади.	Тести, дискусія, ситуаційні завдання, обговорення кейсів
8	Тема 8. Імідж та репутація публічного службовця та їх вплив на бренд органу публічної влади	Знати: поняття та складові іміджу публічного службовця та чинники негативного впливу на нього, інформаційні платформи для створення і просування особистого бренду публічного службовця; вміти: розвивати професійний імідж та особистий бренд публічних службовців.	Тести, дискусія, ситуаційні завдання, обговорення кейсів

Літературні джерела

1. Бренд-менеджмент: теорія і практика.-навч. посібник; укл.: І. В. Струтинська. Тернопіль: Прінт-офіс, 2015. 204 с.
2. Юдіна Н.В. Бренд-менеджмент: навчально-методичний комплекс дисципліни; Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2020. 114 с.
3. Бейлі С., Мілліган Е. Міфи про бренди; пер. з англ. Я.Машико. Харків: Вид-во «Ранок» : Фабула, 2020. 256 с.
4. Конспект лекцій з навчальної дисципліни «Бренд-менеджмент» для студентів другого (магістерського) рівня вищої освіти за спеціальністю 028 Менеджмент соціокультурної діяльності галузі знань 02 Культура і мистецтво / Укл.: Л. С. Ладонько, Чернігів: НУЧК, 2023. 124 с.
5. Смерічевський С.Ф., Петропавловська С.С., Радченко О.А. Бренд-менеджмент: навчальний посібник. Міністерство освіти і науки України, Національний авіаційний університет. Київ: НАУ, 2019. 155 с.
6. Балабанова Л. В. Бренд-менеджмент підприємств на основі маркетингу. Донецьк : ДонНУЕТ. 2011. 287 с.
7. Кендюхов О. В. Бренд-менеджмент. Донецьк: ДонНТУ. 2013. 459 с.
8. Мороз О. В. Теорія сучасного брендингу. Вінниця: Універсум «Вінниця», 2013. 104 с.
9. Шевченко О. Л. Бренд-менеджмент. Київ: КНЕУ. 2010. 400 с.
10. Яцишина Л.К. Бренд-менеджмент. К.: КНУТД. 2011. 102 с.
11. Арестенко Т.В. Арестенко В.В., Гапоненко Т.М. Бренд-менеджмент: опорний конспект лекцій. Київ: «ЦП«КОМПРИНТ», 2014. 24 с.
12. Кендюхов О.В., Димитрова С.М., Радкевич Л.А., Кужилева О.В. Стратегія ефективного брендингу : монографія. Донецьк : Вид. «Вебер» (Донецька філія), 2009. 280 с.
13. Eshuis J., Edwards A. Branding the city: The democratic legitimacy of a new mode of governance. Urban Studies. 2013. Vol. 50 (5). P. 1066-1082.
14. Eshuis J., Klijn E.-H. Branding in governance and public management. New York : Routledge. 2012. 188 p.
15. Karens R. J., Eshuis E. H., Klijn J. V. The impact of public branding: an experimental study on the effect of branding policy on citizen trust. Public Administration Review. 2016. Vol 76 (3). P. 486-494.
16. Marsh D., Fawcett P. Branding, politics and democracy. Policy Studies. 2011. 32 (5). P. 515-530.

Оцінювання

• **Політика щодо дедлайнів та перескладання:** Для виконання індивідуальних завдань і проведення контрольних заходів встановлюються конкретні терміни. Перескладання модулів відбувається з дозволу дирекції факультету (інституту) за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний).

• **Політика щодо академічної доброчесності:** Використання друкованих і електронних джерел інформації під час контрольних заходів заборонено.

• **Політика щодо відвідування:** Відвідування занять є обов'язковим компонентом оцінювання. За об'єктивних причин (наприклад, карантин, воєнний стан, хвороба, закордонне стажування) навчання може відбуватись в онлайн формі за погодженням із керівником курсу.

Підсумковий бал (за 100-бальною шкалою) з дисципліни «Бренд-менеджмент в публічному управлінні» визначається як середньозважена величина, залежно від питомою ваги кожної складової залікового кредиту:

Модуль 1		Модуль 2	Модуль 3
40%	40%	5%	15%
Поточне оцінювання	Модульний контроль 1	Тренінги	Самостійна робота
Оцінка за поточне оцінювання визначається як середнє арифметичне з оцінок, отриманих на практичних заняттях (1-8 теми). Оцінювання за 100-бальною шкалою	Модульний контроль проводиться за 1-8 темами і включає 2 теоретичних питання по 20 балів (40 балів). Практичне завдання 60 балів	Визначається як середнє арифметичне з оцінок, отриманих за виконання тренінгових завдань. Оцінювання за 100-бальною шкалою	Визначається як середнє арифметичне з оцінок, отриманих за виконання індивідуальних завдань. Оцінювання за 100-бальною шкалою

Шкала оцінювання студентів:

ECTS	Бали	Зміст
A	90-100	відмінно
B	85-89	добре
C	75-84	добре
D	65-74	задовільно
E	60-64	достатньо
FX	35-59	Незадовільно з можливістю повторного складання
F	1-34	Незадовільно з обов'язковим повторним курсом