



Силабус курсу

БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТ

Ступінь вищої освіти – магістр
Галузь знань 07 Управління та адміністрування
Спеціальність 073 Менеджмент
Освітньо-наукова програма « Міжнародний менеджмент»

Рік навчання: I, Семестр: II

Кількість кредитів: 5 Мова викладання: українська

Керівник курсу

ПІП доцент **Братко Олександра Семенівна**

Контактна інформація sbratco@ukr.net, +38(098)672-85-00

Опис дисципліни

Дисципліна “Бренд-менеджмент” спрямована на формування у студентів теоретичних і практичних знань у сфері управління брендами, необхідних для досягнення комерційних цілей у ринковій діяльності підприємств.

Студенти мають оволодіти системою бренд-менеджменту та інструментами, професійними методиками й технологіями, необхідними для забезпечення ефективного управління системою брендів.

Структура курсу

Тема	Результати навчання	Завдання
1. Брендінг у сучасних умовах. Сутність та зміст бренд-менеджменту	Розуміти різницю понять «бренд», «торгова марка» та «товарний знак». Розуміти сутність основних видів бренду. Опанувати сутність та зміст бренд- менеджменту.	тестові завдання, поточне опитування
2. Брендінг у системі стратегічного управління	Знати стадії та етапи брендінгу, принципову схемубрендінгу. Вміти розробляти стратегічні та оперативні плани бренду.	Розробка плану бренденгу
3. Маркетингові дослідження та сегментування в брендінгу	Знати основні напрями та методи маркетингових досліджень в брендінгу. Вміти проводити дослідження мотивів споживачів та проводити мотиваційний аналіз. Вміти здійснювати сегментацію цільової аудиторії для розробки ідентичності бренду.	ділова ситуація
4. Створення та позиціонування бренду	Розуміти основні складові побудови бренду, підходи до неймінгу. Вміти здійснювати позиціонування бренду, будувати карти позиціонування. Опанувати	Практичне завдання

	вибір стратегії позиціонування при розробці бренду на різних типах ринку.	
5. Управління брендовим портфелем	Знати підходи до управління брендами: моделі брендингу, цілі, задачі та основні принципи управління портфелем брендів. Вміти створювати архітектуру брендів. Розуміти стратегічне значення брендів у корпоративному портфелі.	Тестові завдання, кейс
6. Інтегровані бренд-комунікації. Інтернет-брендинг	Знати сутність і складові комунікаційного комплексу. Вміти розробляти бренд – комунікації та формувати програми лояльності до брендів. Опанувати принципи та підходи створення інтернет – брендів.	Колоквіум
7. Капіталізація бренду	Знати сутність капіталізації бренду. Розуміти основні моделі та методи визначення вартості бренду. Здійснювати оцінку капіталу бренду за різними методиками.	задачі
8. Організаційні аспекти бренд-менеджменту	Знати традиційні і сучасні підходи до розробки організаційних структур. Розуміти суть міжфункціонального підходу до управління брендами компанії. Опанувати основні функції бренд – менеджера в організації.	Кейс
9. Правові аспекти бренд-менеджменту	Знати засоби, методи і форми захисту інтелектуальної власності в брендингу. Розуміти проблеми фальсифікації та імітації в брендингу. Опанувати правові аспекти захисту брендів в Україні.	Ділова ситуація

Літературні джерела

1. Байрон Шарп. Характеристики Як зростають бренди. Чого не знають маркетологи. Наш Формат, 2019. 240 с.
2. Братко О.С., Саламон І.І. Використання цифрових технологій для просування продукції на міжнародних ринках. Ефективна економіка. 2022. № 5. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=10289>. DOI: [10.32702/2307-2105-2022.5.80](https://doi.org/10.32702/2307-2105-2022.5.80)
3. Братко О., Блажей І., Пеляк Г. Сучасні тренди українського брендингу. Економічний простір. Збірник наукових праць. 2020. №154. С. 79-84.
4. Братко О.С., Мигаль О.Ф., Блажей І.А. Consumer behavior trends in Ukraine under rapid technological change. Міжнародний науковий журнал «Інтернаука». Серія: «Економічні науки». №8 (28). Серпень 2019. С. 41-46.
5. Братко О.С., Демків Ю.А. Ключові фактори успіху компаній у цифрову епоху. Ефективна економіка. 2022. №6. URL: <http://www.nayka.com.ua>
1. Бренд-менеджмент: навчальний посібник / за заг. ред. С. Ф. Смерічевський, С. Є. Петропавловська, О. А. Радченко. К. : НАУ, 2019. 156 с.
2. Гелліген Браян. Вхідний маркетинг: приваблюйте, залучайте і радуйте клієнтів онлайн/ пер. з англ. В. Луненко. Харків, видавництво «Ранок»: Фабула, 2020. 240 с

3. Дергоусова А. О., Сиволовська О. В., Мкртичян О. М. Бренд-менеджмент: Конспект лекцій. Харків: УкрДУЗТ, 2022. 98 с.
4. Дональд Міллер. Метод StoryBrand. В: Альпіна Паблішер, 2020. 232с.
5. Ідріс Мугі. Брендінг за 60 хвилин. Фабула, 2019. 256 с.
6. Лишенко, М. Бренд-менеджмент як інструмент маркетингової діяльності підприємств. *Економіка та суспільство*. 2023. (48). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-48-80>
7. Любчук В. Бренд-менеджмент як вид управлінської діяльності. Соціологічні студії. 2020. № 1(16). С. 57–63. DOI: <https://doi.org/10.29038/2306-3971-2020-01-57-63>.
8. Максим Демченко. Бренд у сучасних медіа: принципи формування, просування та розвитку. URL: <https://www.lsl.lviv.ua/wpcontent/uploads/Zb/NDI2010/JRN/P DF/38.pdf>
9. Марченко О. Бренд-менеджмент у сучасному бізнесі : навчальний посібник. Львів : Львівський державний університет внутрішніх справ, 2023. 268 с.
10. Саленбахер, Юрген. Креативний особистий бренд. Створюйте можливості. Зростаєте як особистість. Вирізняйтесь. Харків : Видавництво Фабула #PRO, 2019. 223 с.
11. Солнцев М. І., Юдіна Н. В. Бренд особистості в умовах невизначеності. Сталий розвиток в умовах невизначеності та катастроф : зб. Матеріалів Міжнародної міждисциплін. наук.-практ. конф., Київ, 11 травня 2020 р. / [уклад. Л.І.Юдіна]. Київ, 2020. URL: <http://futurolog.com.ua/publish/17/zbirnyk.pdf#page=68>.
12. Струтинська І.В. Бренд-менеджмент: теорія і практика.-навч. посібник. Тернопіль: Прінт-офіс. 2019, 204 с.
13. Тешева Л. В., Зеленський М. Розвиток та вдосконалення національного бренду «Україна». Проблеми сучасних трансформацій. Електронний науковопрактичний журнал. Серія: економіка та управління. 2022. № 3. С. 32–38.
14. Що таке бренд простими словами: види брендів + інструкція по розробці бренду для компанії. URL: <https://www.bmb.com.ua/2020/02/shcho-take-brend-prostimi-slovami-vidi-brendiv.html>
15. Юдіна Н.В. Бренд-менеджмент : Начально-методичний комплекс дисципліни: навч. посіб. для здобувачів освітньої програми «Промисловий маркетинг» спеціальності 075 «Маркетинг» другого (магістерського) рівня вищої освіти. Київ : КПП ім. Ігоря Сікорського. Київ : КПП ім. Ігоря Сікорського, 2020. 114 с.
16. Alexander Chernev Strategic Brand Management, Cerebellum Press, 3rd edition, 2020. 720 p.
17. Definition of brand communication from the Cambridge Business English Dictionary. – Way of access: <http://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/brand-communication>.
18. Natalija V. Yudina Multi-Layering Management Concept on the Basis of the Innovative Development. International Marketing and Management of Innovations, №4,2019, Bielsko-Biala (Poland), №4, 2019. E-ISSN 2451-1668. DOI 10.5281/zenodo.3252973. URL : http://immi.ath.bielsko.pl/wpcontent/uploads/2019/07/IMMI_11_2019.pdf.

Оцінювання

В процесі вивчення дисципліни «Бренд-менеджмент» використовуються наступні методи оцінювання навчальної роботи студента за 100-бальною шкалою:

Модуль 1		Модуль 2	Модуль 3
40%	40%	5%	15%
Поточне оцінювання	Модульний контроль	Тренінг	Самостійна робота
Визначається як середнє арифметичне з оцінок, отриманих під час практичних занять.	1. Теоретичні питання (2 пит.)– макс. 60 балів. 2. Практичне завдання – макс.40 балів.	Оцінка за виконання тренінгового завдання.	Оцінювання виконання навчально-дослідного проекту.

Шкала оцінювання:

За шкалою ЗУНУ	За національною шкалою	За шкалою ECTS
90–100	відмінно	A (відмінно)
85–89	добре	B (дуже добре)
75-84		C (добре)
65-74	задовільно	D (задовільно)
60-64		E (достатньо)
35-59	незадовільно	FX (незадовільно з можливістю повторного складання)
1-34		F (незадовільно з обов'язковим повторним курсом)