

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ПРИКАРПАТСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ВАСИЛЯ СТЕФАНИКА**



Факультет історії, політології і міжнародних відносин

Кафедра міжнародних економічних відносин

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Продакт і бренд менеджмент

Освітня програма «Управління міжнародним бізнесом»

Спеціальність 073 «Менеджмент»

Галузь знань 07 «Управління та адміністрування»

Затверджено на
засіданні кафедри
міжнародних економічних
відносин
Протокол №1 від «29» серпня 2022 р.

ЗМІСТ

1. Загальна інформація
2. Опис дисципліни
3. Структура курсу
4. Система оцінювання курсу
5. Оцінювання відповідно до графіку навчального процесу
6. Ресурсне забезпечення
7. Контактна інформація
8. Політика навчальної дисципліни

1. Загальна інформація

Назва дисципліни	Продакт і бренд менеджмент
Освітня програма	Управління міжнародним бізнесом
Спеціалізація (за наявності)	
Спеціальність	073 Менеджмент
Галузь знань	07 «Управління та адміністрування»
Освітній рівень	бакалавр
Статус дисципліни	Основна дисципліна
Курс / семестр	4/7
Розподіл за видами занять та годинами навчання (якщо передбачені інші види, додати)	Лекції – 12 год. Практичні заняття – 18 год. Самостійна робота – 60 год.
Мова викладання	українська
Посилання на сайт дистанційного навчання	https://d-learn.pro/

2. Опис дисципліни

Мета та цілі дисципліни

Мета дисципліни: спеціалізоване поглиблення знань щодо основних принципів та особливостей управління ефективністю використання торгових марок у діяльності фірми та перетворення їх у бренд.

Основними завданнями вивчення студентами дисципліни «Бренд-менеджмент» є засвоєння ними знань та набуття навичок щодо:

- особливостей становлення брендингу;
- взаємозв'язку іміджу, бренду, репутації та їх впливу на функціонування суб'єктів господарювання;
- функцій, видів та стратегій брендингу;
- методики і практик розробки бренду;
- системи бренд-менеджменту;
- інструментарію побудови архітектури брендів.

Міждисциплінарні зв'язки: «Управління інвестиційно-інноваційними проектами».

Компетентності

ІК Здатність розв'язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми, які характеризуються комплексністю і невизначеністю умов, у сфері менеджменту або у процесі навчання, що передбачає застосування теорій та методів соціальних та поведінкових наук.

ЗК3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу, синтезу.

ЗК4. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях

ЗК10. Здатність до проведення досліджень на відповідному рівні.

ЗК11. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації.

ЗК12. Здатність генерувати нові ідеї (креативність).

ЗК13. Цінування та повага різноманітності та мультикультурності.

ЗК14. Здатність працювати у міжнародному контексті.

СК1. Здатність визначати та описувати характеристики організації.

СК2. Здатність аналізувати результати діяльності організації, зіставляти їх з факторами впливу зовнішнього та внутрішнього середовища.

СК5. Здатність управляти організацією та її підрозділами через реалізацію функцій менеджменту.

СК6. Здатність діяти соціально відповідально і свідомо.

СК7. Здатність обирати та використовувати сучасний інструментарій менеджменту.

СК9. Здатність працювати в команді та налагоджувати міжособистісну взаємодію при вирішенні професійних завдань.

СК10. Здатність оцінювати виконувані роботи, забезпечувати їх якість та мотивувати персонал організації.

СК11. Здатність створювати та організовувати ефективні комунікації в процесі управління.

СК12. Здатність аналізувати й структурувати проблеми організації, формувати обґрунтовані рішення.

СК 16. Здатність використовувати професійно-профільовані знання для створення суб'єктів міжнародного бізнесу інноваційного типу в бізнес-середовищі України та країн ЄС

Програмні результати навчання

РН 4 Демонструвати навички виявлення проблем та обґрунтування управлінських рішень
РН 8 Застосовувати методи менеджменту для забезпечення ефективності діяльності організації
РН 17 Виконувати дослідження індивідуально та/або в групі під керівництвом лідера
РН 18 Знати основні тенденції інноваційної політики глобальних фірм та транснаціональних корпорацій; розуміти економіку інноваційної діяльності в плані розвитку ринкової економіки, менеджменту, маркетингу та бізнес-планування

3. Структура дисципліни

№ з/п	Тема	Результати навчання	Завдання
1.	Тема 1. Суть, поняття та розвиток бренд-менеджменту	Дослідити еволюцію брендингу. Визначити роль брендингу в сучасному житті суспільства. Проаналізувати співвідношення термінів бренд, торгова марка та торговий знак. Зрозуміти місце бренд-менеджмент в стратегічному розвитку підприємства. Розглянути вигоди бренду для виробника та споживача	Тести, питання, кейси
2.	Тема 2. Бренд, імідж та репутація: їх взаємозв'язок і вплив на розвиток територій, організацій та окремих осіб	Розглянути суть та основні характеристики понять: «імідж», «репутація» та «бренд». Проаналізувати взаємозв'язок і вплив понять «імідж», «бренд» та «репутація» на розвиток територій, організацій та окремих осіб	Тести, питання, кейси
3.	Тема 3. Функції, види та стратегії бренду	Визначити функції бренду та результати їх виконання. Проаналізувати види брендів та їх зміст. З'ясувати місце і роль позиціонування бренду.	Тести, питання, кейси
4.	Тема 4. Методика і практика розробки сильного бренду	Засвоїти процедуру створення бренду. Розглянути процес розроблення імені та візуалізації бренду. Проаналізувати особливості застосування концепції брендингу на вітчизняному ринку	Тести, питання, кейси
5.	Тема 5. Практика «приватного» брендування	Дослідити суть та етапи становлення Private Labels (приватної торгової марки (ПТМ)). Засвоїти основні підходи до аналізу психології споживачів і оцінки капіталу марки. Визначити особливості просування ПТМ.	Тести, питання, кейси
6.	Тема 6. Сучасний концептуальний підхід до системи бренд-менеджменту	Проаналізувати сучасну парадигму бренд-менеджменту. Дослідити процес формування ефективної стратегії управління активами бренда.	Тести, питання, кейси

	Засвоїти процедуру побудови архітектури бренду.	
--	---	--

4. Система оцінювання курсу

Накопичування балів під час вивчення дисципліни	
Види навчальної роботи	Максимальна кількість балів
Практичні заняття	35
Бали за самостійну роботу студентів	15
Екзамен	50
Максимальна кількість балів	100

5. Оцінювання відповідно до графіку навчального процесу

Бали за теми, винесені на практичні заняття	Бали за самостійну роботу студентів	Екзамен	Максимальна кількість балів
35	15	50	100

Поточний контроль з дисципліни «Продакт і бренд-менеджмент» відбувається шляхом перевірки засвоєння студентами знань та умінь в ході практичних занять та контролю самостійного опрацьованої додаткової літератури.

Перевірка засвоєння студентами знань та умінь в ході семінарських занять здійснюється шляхом оцінювання усних відповідей (в тому числі у формі презентацій), коротких письмових / тестових робіт.

Семестровий контроль у формі екзамену передбачає, що підсумкова оцінка складається з суми здобутих оцінок впродовж семестру та екзаменаційної роботи.

Критерії поточного оцінювання:

Відповідно до [Положення про порядок організації та проведення оцінювання успішності здобувачів вищої освіти ДВНЗ «Прикарпатського національного університету ім. Василя Стефаника»](#) (введено в дію наказом ректора № 799 від 26.11.2019 р.; із внесеними змінами наказом № 212 від 06.04.2021 р.) та [Положення про організацію освітнього процесу та розробку основних документів з організації освітнього процесу в ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника»](#) (Нова редакція) (введено в дію наказом ректора № 361 від 31.07.2020 р.) знання оцінюються як з теоретичної, так і з практичної підготовки відповідно до національної шкали за такими критеріями:

- «відмінно» – здобувач освіти міцно засвоїв теоретичний матеріал, глибоко і всебічно знає зміст навчальної дисципліни, основні положення наукових першоджерел та рекомендованої літератури, логічно мислить і буде відповідь, вільно використовує набуті теоретичні знання при аналізі практичного матеріалу, висловлює своє ставлення до тих чи інших проблем, демонструє високий рівень засвоєння практичних навичок;

- «добре» – здобувач освіти добре засвоїв теоретичний матеріал, володіє

основними аспектами з першоджерел та рекомендованої літератури, аргументовано викладає його; має практичні навички, висловлює свої міркування з приводу тих чи інших проблем, але припускається певних неточностей і похибок у логіці викладу теоретичного змісту або при аналізі практичного матеріалу;



- «задовільно» – здобувач освіти в основному опанував теоретичними знаннями навчальної дисципліни, орієнтується в першоджерелах та рекомендованій літературі, але непереконливо відповідає, плутає поняття, додаткові питання викликають невпевненість або відсутність стабільних знань; відповідаючи на запитання практичного характеру, виявляє неточності у знаннях, не вміє оцінювати факти та явища, пов'язувати їх із майбутньою діяльністю;

- «незадовільно» – здобувач освіти не опанував навчальний матеріал дисципліни, не знає наукових фактів, визначень, майже не орієнтується в першоджерелах та рекомендованій літературі, відсутні наукове мислення, практичні навички не сформовані.

6. Ресурсне забезпечення

Матеріально-технічне забезпечення	Мультимедіа (відеофайли, рисунки, схеми)
<p>Література:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Aaker, D. A. (2010). Building Strong Brands. Simon & Schuster. 2. Aaker, D. A. (2020). Brand portfolio strategy: Creating relevance, differentiation, energy, leverage, and clarity. Simon & Schuster. 3. Airey, D. (2014). Logo Design Love: A guide to creating iconic brand identities (2nd ed.). Peachpit Press Publications. 4. Hackett, A. (2019). 80/20 brand: Brand building with a P&G edge. Independently Published. 5. Johansson, J. K., & Carlson, K. A. (2014). Contemporary Brand Management. SAGE Publications. 6. Kapferer, J. N. (2012). The new strategic brand management: Advanced insights and strategic thinking (5th ed.). Kogan Page. 7. Keller, K., & Swaminathan, V. (2019). Strategic brand management: Building, measuring, and managing brand equity, global edition (5th ed.). Pearson Education. 8. Kelley, L. D., Sheehan, K., & Jugenheimer, D. W. (2015). Advertising media planning: A brand management approach (4th ed.). Routledge. 9. Miller, S. J. (2021). Marketing mess to brand success: 30 Challenges to transform your organization's brand (and your own) (brand marketing). Mango Media. 10. Rosenbaum-Elliott, R., Percy, L., & Pervan, S. (2018). Strategic Brand Management (4th ed.). Oxford University Press. 11. Thompson, A. B. (2017). Do good: Embracing brand citizenship to fuel both purpose and profit. Amacom. 12. Watkins, A. (2019). Hello, my name is awesome: How to create brand names that stick. Berrett-Koehler. 13. Смерічевський, С. Ф., Петропавловська, С. Є., & Радченко, О. А. (2019). Бренд-менеджмент: навчальний посібник. НАУ. 14. Струтинська, І. В. (2015). Бренд-менеджмент: теорія і практика.- навч. посібник. Прінт-офіс. <p>Ресурси курсу</p> <p>Інформація про курс розміщена на сайті дистанційного навчання Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника https://d-learn.pro/</p>	

7. Контактна інформація

Кафедра	<p>Кафедра міжнародних економічних відносин м. Івано-Франківськ, вул. Чорновола, 1, каб. 104. Тел.: (0342) 75-20-27 Email: https://knev.pnu.edu.ua/ Сторінки в соцмережах:  https://www.facebook.com/groups/2021045604705063</p>
Викладач	 <p>Благун Семен Іванович старший викладач кафедри міжнародних економічних відносин</p>
Контактна інформація викладача	<p>(0342) 75-20-27 semen.blahun@pnu.edu.ua</p>

8. Політика навчальної дисципліни

Академічна доброчесність	<p>Дотримання академічної доброчесності засновується на ряді положень та принципів академічної доброчесності, що регламентують діяльність здобувачів вищої освіти та викладачів університету. Ознайомитися з даними положеннями та документами можна за посиланням: https://pnu.edu.ua/положення-про-запобігання-плагіату/</p>
Пропуск заняття (відпрацювання)	<p>Можливість і порядок відпрацювання пропущених здобувачем освіти занять регламентується <u>Положення про порядок організації та проведення оцінювання успішності здобувачів освіти ДВНЗ «Прикарпатського національного університету ім. Василя Стефаника» (введено в дію наказом ректора № 799 від 26.11.2019 р.; із внесеними змінами наказом № 212 від 06.04.2021 р.)</u>.</p>
Виконання завдання пізніше встановленого терміну	<p>У разі виконання завдання здобувачем освіти пізніше встановленого терміну, без попереднього узгодження ситуації з викладачем, оцінка за завдання – «незадовільно», відповідно до <u>Положення про порядок організації та проведення оцінювання успішності студентів ДВНЗ «Прикарпатського національного університету ім. Василя Стефаника» (введено в дію наказом ректора № 799 від 26.11.2019 р.; із внесеними змінами наказом № 212 від 06.04.2021 р.)</u>.</p>
Невідповідна	<p>Невідповідна поведінка під час заняття Невідповідна поведінка</p>

поведінка під час заняття	під час заняття регламентується рядом положень про академічну доброчесність та може призвести до відрахування здобувача вищої освіти «за порушення навчальної дисципліни і правил внутрішнього розпорядку вищого закладу освіти», відповідно до Положення про порядок переведення, відрахування та поновлення студентів вищих закладів освіти (затверджене наказом Міністерства України № 245 від 15.07.1996 р.).
Додаткові бали	Студент має змогу також отримати додаткові бали , пройшовши навчальний курс у вигляді неформальної освіти з отриманням сертифікату в межах тематики дисципліни впродовж навчального семестру; взявши участь у науковому, освітньому чи прикладному проєкті, конференції, круглому столі, інших видах наукової активності, які відповідають профілю дисципліни; опублікувавши наукову працю, яка відповідає профілю дисципліни. Відповідно до Положення про порядок організації та проведення оцінювання успішності студентів ДВНЗ «Прикарпатського національного університету ім. Василя Стефаника» (введено в дію наказом ректора № 799 від 26.11.2019 р.; із внесеними змінами наказом № 212 від 06.04.2021 р.). відповідні студенти можуть отримати додаткові бали на підставі рішенням кафедри міжнародних відносин.
Неформальноосвіта	Можливість зарахування результатів неформальної освіти регламентується Положенням про порядок зарахування результатів неформальної освіти у ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника» (введено в дію наказом ректора № 819 від 29.11.2019; із внесеними змінами наказом № 80 від 12.02.2021 р.).

Викладач

Благун С.І.