



# НАЦІОНАЛЬНА МЕТАЛУРГІЙНА АКАДЕМІЯ УКРАЇНИ

## СИЛАБУС

### навчальної дисципліни

### «БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТ»

Шифр та назва спеціальності	076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»
Назва освітньої програми	Економіка та управління підприємством
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Статус дисципліни	Вибіркова дисципліна циклу фахової підготовки
Обсяг дисципліни	4 кредити ЄКТС (120 академічних годин)
Терміни вивчення дисципліни	Другий курс
Мова викладання	Українська
Передумови вивчення дисципліни	Знання з економічної теорії, менеджменту, статистики та економіки підприємства, отримані на першому та другому курсі навчання
Мета навчальної дисципліни	Спеціалізоване поглиблення знань щодо основних принципів та особливостей управління ефективністю використання торгових марок у діяльності фірми та перетворення їх у бренд
Компетентності, формування яких забезпечує навчальна дисципліна	Здатність здійснювати діяльність у взаємодії суб'єктів ринкових відносин Здатність визначати та оцінювати характеристики товарів і послуг в підприємницькій, торговельній, біржовій діяльності Здатність до бізнес-планування, оцінювання кон'юнктури ринків і результатів діяльності у сфері підприємництва, торгівлі та біржової практики з урахуванням ризиків
Програмні результати навчання	<p>В результаті вивчення дисципліни студент повинен <b>знати:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- актуальні концепції бренду і брендингу; роль бренд-менеджменту в організації просування продукту; параметри ідентичності бренду; інтегровані комунікації бренд-менеджменту; особливості управління брендингом; різновиди бренд-стратегій підприємства; методи оцінки ефективності бренд-менеджменту;</li> </ul> <p><b>вміти:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- визначати цінності бренду; досліджувати чинники впливу бренду на різні цільові аудиторії; вміти правильно позиціонувати бренд; визначати показники оцінювання ефективності бренду; здійснювати ефективну стратегію марочних комунікацій.</li> </ul> <p>Дисципліна забезпечує досягнення таких програмних результатів навчання:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- організувати пошук, самостійний відбір, якісну обробку інформації з різних джерел для формування банків даних у сфері підприємництва, торгівлі та біржової діяльності;</li> <li>- використовувати знання форм взаємодії суб'єктів ринкових відносин для забезпечення діяльності підприємницьких, торговельних та біржових структур;</li> <li>- оцінювати характеристики товарів і послуг у підприємницькій, торговельній та біржовій діяльності за допомогою сучасних методів;</li> </ul>

	- знати основи бізнес-планування, оцінювання кон'юнктури ринків та результатів діяльності підприємницьких, торговельних і біржових структур з урахуванням ризиків.
Зміст навчальної дисципліни	Модуль 1. Теоретичні основи бренд-менеджменту Модуль 2. Структура, зміст та атрибути бренда Модуль 3. Брендінг як комплексна маркетингова технологія Модуль 4. Комунікації у бренд-менеджменті
Заходи та методи оцінювання	Оцінювання модулів здійснюється за результатами виконання чотирьох контрольних робіт у тестовій формі. Оцінювання кожного модуля здійснюється за 12-бальною шкалою. Підсумкова оцінка навчальної дисципліни розраховується як середня за результатами модульних робіт або за результатами проведення екзамену у письмовій формі за 12-бальною шкалою.

#### Види навчальної роботи та її обсяг в акад. годинах

	Усього	Четверті
		б
Усього годин за навчальним планом	120	120
у тому числі:		
<b>Аудиторні заняття</b>	32	32
з них:		
- лекції	16	16
- лабораторні роботи	-	-
- практичні заняття	-	-
- семінарські заняття	16	16
<b>Самостійна робота</b>	88	88
у тому числі при :		
- підготовці до аудиторних занять	16	16
- підготовці до заходів модульного контролю	12	12
- виконанні курсових проектів (робіт)	-	-
- виконанні індивідуальних завдань	-	-
- опрацюванні розділів програми, які не викладаються на лекціях	60	60
<b>Семестровий контроль</b>	Екзамен	Екзамен

Специфічні засоби навчання	Навчальний процес передбачає використання мультимедійного комплексу, комп'ютерних робочих місць
Навчально-методичне забезпечення	Основна література: 1. Аакер Д., Йохимштайлер Э. Бренд-лидерство. Пер. с англ. Москва: ИД Гребенникова, 2006. 462 с. 2. Кевин Лейн Келлер. Стратегический брэнд-менеджмент создание, оценка и управление марочным капиталом. 2-е издание. Пер с англ. Москва: Вильямс, 2015. 704 с. 3. Шевченко О.Л. Бренд-менеджмент. Київ: КНЕУ, 2010. 400 с. 4. Грошев И.А., Краснослободцев А.А. Системный бренд-менеджмент: учебник. Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. 656 с. 5. Темпорал Пол. Эффективный бренд-менеджмент Пер. с англ. Санкт-Петербург: Нева, 2003. 319 с. 6. Нильсон Торстен. Конкурентный брендінг. Пер. с англ. Санкт-Петербург: Питер, 2003. 207 с. 7. Кендохов О.В., Ягельська К.Ю., Файвішенко Д.С. Бренд-менеджмент:

	<p>навчальний посібник. Донецьк: ДВНЗ «ДонНТУ», 2013. 460 с.</p> <p>Додаткова література:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Гаркавенко С.С. Маркетинг: підручник. Київ: Лібра, 2007. 720 с.</li> <li>2. Котлер Ф. Основы маркетинга. Краткий курс. Пер. с англ. Москва: Вильямс, 2007. 656 с.</li> <li>3. Д'Алессандро Девид. Войны брендов. Пер. с англ. Санкт-Петербург: Питер, 2002. 221 с.</li> <li>4. Чармэссон Г. Торговая марка: как создать имя, которое принесет миллион. Пер. с англ. Санкт-Петербург: Питер, 1999. 224 с.</li> <li>5. Струтинська І.В. Бренд-менеджмент: теорія і практика: навчальний посібник. Тернопіль: Прінт-офіс, 2015. 204 с.</li> <li>6. Ястремська О.М., Ястремська О.О. Бренд-менеджмент. Харків: ХНЕУ, 2010. 164 с.</li> </ol> <p>Інформаційні ресурси:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Верховна рада України. Офіційний сайт. URL: <a href="http://www.rada.gov.ua">http://www.rada.gov.ua</a></li> <li>2. Урядовий портал. Офіційний сайт. URL: <a href="http://www.kmu.gov.ua">http://www.kmu.gov.ua</a></li> <li>3. Міністерство розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України. Офіційний сайт. URL: <a href="http://www.me.gov.ua">http://www.me.gov.ua</a></li> <li>4. Державна служба статистики України. Офіційний сайт. URL: <a href="http://www.ukrstat.gov.ua">http://www.ukrstat.gov.ua</a></li> <li>5. Національна бібліотека України ім. В.І. Вернадського // <a href="http://www.nbuv.gov.ua">http://www.nbuv.gov.ua</a></li> <li>6. Література з маркетингу та брендингу: <a href="https://pidru4niki.com/marketing/">https://pidru4niki.com/marketing/</a></li> </ol>
Інформація про відповідального виконавця	<p><b>Факультет:</b> економіки і менеджменту  <a href="https://nmetau.edu.ua/ua/mfac/i1007">https://nmetau.edu.ua/ua/mfac/i1007</a></p>
	<p><b>Кафедра:</b> економіки та підприємництва ім. Т.Г. Беня  <a href="https://nmetau.edu.ua/ua/mdiv/i2028">https://nmetau.edu.ua/ua/mdiv/i2028</a></p>
	<p><b>Провідний викладач:</b></p> <div style="display: flex; align-items: center;">  <div style="flex: 1;"> <p><b>СЕМЕНОВА ТЕТЯНА ВАЛЕРІЙВНА</b>  <b>посада:</b> доцент  <b>науковий ступінь:</b> канд. екон. наук  <b>вчене звання:</b> доцент  <b>тел.:</b> +38096 213 5894  <b>E-mail:</b> <a href="mailto:semtv1@gmail.com">semtv1@gmail.com</a>  <b>Інтернет-сторінка на сайті НМетАУ:</b>  <a href="https://nmetau.edu.ua/ua/mdiv/i2028/p-2/e217">https://nmetau.edu.ua/ua/mdiv/i2028/p-2/e217</a>  <b>Робоче місце:</b> кім. Б-503  <b>Оригінальність дисципліни:</b> авторський курс</p> </div> </div>

Ухвалено на засіданні групи забезпечення якості освітньої програми «Економіка та управління підприємством» (бакалаврський рівень). Протокол № 7 від 14.04.2020 р.

Гарант освітньої програми, доц. \_\_\_\_\_ Тетяна Ігнашкіна