

**НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ВОДНОГО ГОСПОДАРСТВА ТА
ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ**

Навчально-науковий інститут економіки та менеджменту

06-05-180S

СИЛАБУС

навчальної дисципліни

SYLLABUS

Брендинг		Branding	
Освітній рівень: магістерський (другий)		Level of Education: Master's (second)	
Галузь знань Соціальні і поведінкові науки	05	Field of knowledge Social and behavioural sciences	
Спеціальність Економіка	051	Field of study: Economics	
Освітньо-професійна програма: Бізнес-аналітика		Degree Program: Business analytics	
Шифр за ОП	BB4	Code in Educational Program	

РІВНЕ – 2023

Силабус навчальної дисципліни «Брендинг» для здобувачів вищої освіти ступеня «магістр», які навчаються за освітньо-професійною програмою «Бізнес-аналітика» спеціальності 051 «Економіка». Рівне. НУВГП. 2023. 10 стор.

ОПП на сайті університету: <https://ep3.nuwm.edu.ua/20948/>

Розробник силабусу:

*Міщук Галина Юріївна, д.е.н., професор, завідувач
кафедри трудових ресурсів і підприємництва.*

Силабус схвалений на засіданні кафедри
Протокол № 1 від "31" серпня 2023 року

Завідувач кафедри: Міщук Галина Юріївна, д.е.н., професор, завідувач
кафедри трудових ресурсів і підприємництва.

Керівник (гарант)

ОПП «Бізнес-аналітика»: Олійник Олена Олександрівна, к.е.н., доцент
кафедри трудових ресурсів і підприємництва.

Схвалено науково-методичною радою з якості ННІ
Протокол № 1 від "31" серпня 2023 року

Голова науково-методичної

ради з якості ННІ: Ковшун Наталія Едуардівна, д.е.н., професор кафедри
економіки підприємства, директор ННІЕМ.

Попередня версія силабусу (06-05-116S)

© Міщук Г.Ю., 2023

© НУВГП, 2023

ЗАГАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ	
Ступінь вищої освіти	Магістр
Освітня програма	Бізнес-аналітика
Спеціальність	051 Економіка
Рік навчання, семестр	Денна форма: 1-ий рік, 1-ий семестр Заочна форма: 1-ий рік, 1-ий семестр
Кількість кредитів	4
Лекції:	Денна форма: 16 год. Заочна форма: 4 год.
Практичні заняття:	Денна форма: 24 год. Заочна форма: 8 год.
Самостійна робота:	Денна форма: 80 год. Заочна форма: 108 год.
Курсова робота:	ні
Форма навчання	денна, заочна
Форма підсумкового контролю	залік
Мова викладання	українська

ІНФОРМАЦІЯ ПРО ВИКЛАДАЧА

--	--

<p>Лектор</p> 	<p><i>Міщук Галина Юріївна, д.е.н., професор, завідувач кафедри трудових ресурсів і підприємництва</i></p>
<p>Вікіситет</p>	<p>http://surl.li/egnhg</p>
<p>ORCID</p>	<p>https://orcid.org/0000-0003-4520-3189</p>
<p>Як комунікувати</p>	<p><i>h.y.mischuk@nuwm.edu.ua</i> Актуальні оголошення на сторінці дисципліни на навчальній платформі MOODLE</p>

<p>ПРО ДИСЦИПЛІНУ</p>	
<p>Анотація навчальної дисципліни, в т.ч. мета та цілі</p>	
<p><i>Дисципліна спрямована на формування у здобувачів вищої освіти знань та практичних навичок створення, підтримки та розвитку успішних брендів задля досягнення стійких конкурентних переваг на різних ієрархічних рівнях економічних відносин. Навички побудови бренд-стратегій передбачено закріплювати в процесі критичного аналізу успішності побудованих брендів товарів, особистості, корпорацій та територій з оцінкою можливих напрямків удосконалення брендингу та формуванням власних рекомендацій. Дисципліна є міждисциплінарною, поєднує знання на перетині поведінкової економіки, менеджменту та маркетингу, що дозволяє розвивати критичне мислення, креативний підхід до пошуку «точок зростання» на різних рівнях дослідження брендів та ефективності брендингу, обґрунтовувати оптимальні економічні рішення з розумінням цінності бренду для споживачів та особливостей споживчого вибору.</i></p> <p><i>Метою вивчення дисципліни «Брендинг» є формування у студентів компетентностей щодо формування та розвитку брендів в управлінні економічними відносинами зі споживачами в процесі створення цінності на різних рівнях реалізації бренд-стратегій.</i></p> <p><i>Основними завданнями навчальної дисципліни є засвоєння теоретичних основ брендингу, зокрема, розуміння айдентики брендів та навички пошуку унікальних переваг відповідно до очікувань цільових груп, знання сучасних моделей брендингу та підходів до створення бренд-стратегій; оволодіння навичками критичного аналізу та розвитку успішних брендів на різних рівнях – особистому, корпоративному, територіальному; розвиток практичних навичок пошуку інформації, необхідної для застосування відомих методик бренд-аналізу, а також формування власних висновків щодо придатності та можливостей вдосконалення існуючих методичних підходів та стратегічних засад брендингу на прикладі конкретних об'єктів аналізу.</i></p>	
<p>Посилання на розміщення освітньої компоненти на навчальній</p>	

платформі Moodle

<https://exam.nuwm.edu.ua/course/view.php?id=4166>

Компетентності

Загальні компетентності:

- ЗК1. Здатність генерувати нові ідеї (креативність).
- ЗК4. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).
- ЗК7. Здатність діяти на основі етичних міркувань (мотивів).
- ЗК8. Здатність проводити дослідження на відповідному рівні.

Спеціальні компетентності:

- СК4. Здатність використовувати сучасні інформаційні технології, методи та прийоми дослідження економічних та соціальних процесів, адекватні встановленим потребам дослідження.
- СК7. Здатність обґрунтовувати управлінські рішення щодо ефективного розвитку суб'єктів господарювання.

Програмні результати навчання (ПРН)

- ПРН2. Розробляти, обґрунтовувати і приймати ефективні рішення з питань розвитку соціально-економічних систем та управління суб'єктами економічної діяльності.
- ПРН4. Розробляти соціально-економічні проекти та систему комплексних дій щодо їх реалізації з урахуванням їх цілей, очікуваних соціально-економічних наслідків, ризиків, законодавчих, ресурсних та інших обмежень.
- ПРН7. Обирати ефективні методи управління економічною діяльністю, обґрунтовувати пропонувані рішення на основі релевантних даних та наукових і прикладних досліджень.
- ПРН8. Збирати, обробляти та аналізувати статистичні дані, науково-аналітичні матеріали, необхідні для вирішення комплексних економічних завдань.
- ПРН9. Приймати ефективні рішення за невизначених умов і вимог, що потребують застосування нових підходів, методів та інструментарію соціально-економічних досліджень.
- ПРН12. Обґрунтовувати управлінські рішення щодо ефективного розвитку суб'єктів господарювання, враховуючи цілі, ресурси, обмеження та ризику.

Структура та зміст навчальної дисципліни

Навчальна дисципліна складається з двох змістових модулів (розділів).

Змістовий модуль 1

«Теоретичні та методичні засади розвитку брендів та бренд-стратегій»

Тема 1. Поняття бренду та його основні ідентифікатори.

Бренд в системі суміжних економічних понять. Бренд та ціннісна пропозиція. Багатовимірна модель сприйняття бренду. Види брендів.

Тема 2. Ідентичність бренду.

Поняття ідентичності у брендингу. Вербальні та візуальні ідентифікатори бренду. Неймінг та сторітеллінг у брендингу. Аналіз візуальних ідентифікаторів бренду.

Тема 3. Основні моделі брендингу.

Колесо бренду. Модель ТТВ (Thompson Total Branding). Модель Unilever Brand Key. Модель Brand Asset Valuator: можливості використання в обґрунтуваннях рішень щодо розвитку бренду.

Тема 2. Ідентичність бренду	16	2	4	10	13		1	12	5
Тема 3. Основні моделі брендингу	18	2	4	12	14			14	5
Тема 4. Розробка бренд-стратегії	20	2	4	14	23	1	2	20	15
Модульний контроль 1									20
Змістовий модуль 2. Можливості розвитку брендів для створення конкурентних переваг на різних рівнях економічних відносин									
Тема 5. Бренд особистості	14	2	2	10	16	1	1	14	5
Тема 6. Брендінг роботодавця	22	4	4	14	20	1	1	18	10
Тема 7. Брендінг територій	16	2	4	10	18		2	16	10
Модульний контроль 2									20
Усього	120	16	24	80	120	4	8	108	100

Перелік соціальних, «м'яких» навичок (soft skills)

Здатність аргументовано та толерантно обґрунтовувати свою позицію, здатність до навчання, пошуку та відбору релевантної інформації на різних етапах аналізу брендів та ефективності брендингу, розробки бренд-стратегій, комунікаційні навички, вміння налагоджувати контакти та правильно організовувати роботу в малих групах, навички лідерства, аргументованої дискусії, креативність та критичне мислення.

Форми та методи навчання

При викладанні навчальної дисципліни «Брендінг» використовується інформаційно-ілюстративний та проблемний методи навчання із застосуванням:

- лекцій у формі діалогу;
- формат «перевернутого класу» в підготовці до лекційних занять;
- дискусії з обговоренням теоретичного матеріалу та результатів виконання практичних завдань;
- презентаційного матеріалу;
- роботи в малих групах;
- командних завдань в аналізі прикладних аспектів брендингу;
- он-лайн інструментів спільної роботи;
- тестування.

При проведенні занять використовуються наступні ТЗН:

- мультимедійна презентація;
- спільні гугл-документи;
- відеоматеріали з україно та англомовних ресурсів, доступних онлайн;
- відеозустрічі із використанням гугл-міт для онлайн та змішаних занять;
- навчальна платформа Moodle для проведення поточного та підсумкового контролю знань.

Порядок та критерії оцінювання

Система оцінювання знань студентів проводиться відповідно до Положення про організацію освітнього процесу в Національному університеті водного господарства та природокористування <http://ep3.nuwm.edu.ua/4088/>

Для оцінювання знань студентів передбачається проведення поточних контролів знань за ЄКТС.

Усі модульні контролі проходять у формі тестування на навчальній платформі Moodle.

Модульний контроль 1 містить 30 запитань різного рівня складності: перший рівень – 20 запитань по 0,4 бала, другий рівень – 9 запитань по 1 бала, третій рівень – 1 запитання по 3,0 бала. Усього – 20 балів.

Модульний контроль 2 містить 30 запитань різного рівня складності: перший рівень – 20 запитань по 0,4 бала, другий рівень – 9 запитань по 1 балу, третій рівень – 1 запитання по 3,0 бала. Усього – 20 балів.

За кожним змістовим модулем проводиться по одному модульному контролю. Модульні контролю проводяться у тестовій формі на платформі <https://exam.nuwm.edu.ua/> відповідно до графіка навчального процесу.

При оцінюванні знань для всіх форм навчання використовується 100-бальна шкала оцінювання.

Порядок проведення поточних і семестрових контролів та інші документи, пов'язані з організацією оцінювання та порядок подання апеляцій наведений на сторінці Навчально-наукового центру незалежного оцінювання за посиланням - <https://nuwm.edu.ua/struktorni-pidrozdi/навч-наук-tsentr-nezaleznoho-otsiniuvannia-znan>

Місце навчальної дисципліни в освітній траєкторії здобувача вищої освіти

Матеріал дисципліни базується на знаннях, які студенти отримали під час навчання на освітніх програмах першого рівня вищої освіти та в процесі неформальної освіти.

Знання та навички з навчальної дисципліни «Брендинг» допоможуть оволодіти компетентностями з таких навчальних дисциплін, як «Управління проектами», «Управління ризиками та конкурентоспроможністю» та будуть корисними у виконання кваліфікаційної роботи.

Інформаційні ресурси

Основна література

1. Смерічевський С.Ф., Петропавловська С.Є., Радченко О.А. Бренд-менеджмент: навчальний посібник // за заг. ред. С. Ф. Смерічевський, С. Є. Петропавловська, О. А. Радченко. К. : НАУ, 2019. 156 с.

2. Маркетинг персоналу та HR-брендинг: навч. посіб. для студ. спеціальності 051 «Економіка», спеціалізації «Управління персоналом та економіка праці» / Т.В. Павленко; КПІ ім. Ігоря Сікорського. 2022. 97с.

3. Anholt Simon. Competitive Identity: The New Brand Management for Nations, Cities and Regions. - New York: Palgrave Macmillan, 2007. 147 p.

4. Anholt Simon. Places: Identity, Image and Reputation. London: Palgrave Macmillan, 2010. 168 p.

Додаткова література

1. Bilan, Y., Karyuk, V., Grishnova, O., & Mishchuk, H. (2023). The attractiveness of tourism in the conditions of modern challenges: methodology, assessment, prospects. *Intellectual Economics*, 17(1), 152–177. DOI: 10.13165/IE-23-17-1-08

2. Samoliuk, N., Bilan, Y., Mishchuk, H., & Mishchuk, V. (2022). Employer brand: key values influencing the intention to join a company. *Management & Marketing. Challenges for the Knowledge Society*, 17(1), 61-72. <https://doi.org/10.2478/mmcks-2022-0004>

3. Бренд-менеджмент: Начально-методичний комплекс дисципліни / Н. В. Юдіна; Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського. 2020. – 114 с.

4. Григорчук Т.В. Брендінг: навчальний посібник для дистанційного навчання. URL: <https://sites.google.com/site/brendingsoccult/>

5. Міщук Г.Ю., Демчук А.В. Можливості оцінки ефективності регіонального брендингу. *Вісник Національного університету водного господарства та природокористування. Економічні науки*. 2018. 2(82). С.287-294.

6. Міщук Г.Ю., Самолюк Н.М. Соціальна відповідальність у трудових відносинах: сучасні детермінанти та проблеми забезпечення в управлінні

брендом роботодавця. Теоретичні та прикладні питання економіки. Збірник наукових праць. 2021. 1(42). С. 130-141.

7. Самолюк Н.М., Міщук Г.Ю., Міщук В.А. Гендерні аспекти формування ціннісної пропозиції роботодавця на ринку праці. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. 2021. 4. С.147-155. <https://www.doi.org/10.31891/2307-5740-2021-296-4-24>

8. Бейлі С., Мілліган Е. Міфи про бренди; пер. з англ. Я.Машико. Харків : Вид-во «Ранок» : Фабула, 2020. 256 с.

9. Офіційний сайт Brand Finance. URL: <https://brandfinance.com/>

10. Nation Brands Index 2022. URL: <https://www.ipsos.com/en/nation-brands-index-2022>

Для вивчення навчальної дисципліни студенти можуть користуватися інформаційними ресурсами, наведеними на сторінці курсу <https://exam.nuwm.edu.ua/course/view.php?id=4166>

Дедлайни та перескладання

Ліквідація академічної заборгованості здійснюється згідно «Порядку ліквідації академічних заборгованостей у НУВГП», <http://ep3.nuwm.edu.ua/4273/>. Згідно цього документу і реалізується право студента на повторне вивчення дисципліни чи повторне навчання на курсі.

Оголошення стосовно дедлайнів здачі та перездачі оприлюднюються на сторінці MOODLE <https://exam.nuwm.edu.ua/>

Неформальна та інформальна освіта

Студенти мають право на перезарахування результатів навчання, набутих у неформальній та інформальній освіті згідно з положенням: <https://ep3.nuwm.edu.ua/18660/>

Також студенти можуть самостійно на платформах Prometheus, Coursera, edEx, edEra, FutureLearn та інших опанувати матеріал для перезарахування результатів навчання. При цьому важливо, щоб знання та навички, що формуються під час проходження певного онлайн-курсу чи його частин, мали зв'язок з очікуваними навчальними результатами даної дисципліни/освітньої програми.

Основні рекомендовані ресурси:

Coursera. URL: <https://www.coursera.org/> Курси: Brand Identity for Ecological Brand using Adobe Illustrator; Brand Marketing and SEO Tools using Wix; 5 Ways to Build a Better LinkedIn Profile.

Prometheus. URL: <https://prometheus.org.ua> Курси: Бренд роботодавця; Маркетинг: розробка та продаж пропозиції цінності

Практики, представники бізнесу, фахівці, залучені до викладання

Відео-матеріали курсу, що пропонуються студентам в їх особистих кабінетах, підібрані з урахуванням практичного досвіду автора та практиків, з якими взаємодіє викладач – вибрані тільки рекомендації та лекції практиків, що є спеціалістами в сфері брендингу.

Правила академічної доброчесності

Перед початком курсу кожен студент має ознайомитися з «Кодексом честі», розміщеним на сторінці навчальної дисципліни на платформі MOODLE та прийняти його умови.

За списування під час проведення модульного контролю чи підсумкового контролю, студент позбавляється подальшого права здавати матеріал і у нього виникає академічна заборгованість.

За списування під час виконання окремих завдань, студенту знижується оцінка у відповідності до ступеня порушення академічної доброчесності.

Документи стосовно академічної доброчесності (про плагіат, порядок здачі курсових робіт, кодекс честі студентів, документи Національного

агентства стосовно доброчесності) наведені на сторінці ЯКІСТЬ ОСВІТИ сайту НУВГП - <http://nuwm.edu.ua/sp/akademichna-dobrochesnisti>

Вимоги до відвідування

Студенту не дозволяється пропускати заняття без поважних причин. У разі відсутності на занятті студент зобов'язаний самостійно виконати завдання відповідно до методичних рекомендацій, розміщених на навчальній платформі Moodle. Допускається вільне відвідування студентами навчальних занять відповідно до Положення про вільне відвідування студентами навчальних занять в НУВГП <http://ep3.nuwm.edu.ua/6226/> та Положення про індивідуальний навчальний план здобувача вищої освіти в НУВГП <https://ep3.nuwm.edu.ua/20050>

Оновлення

Зміни до силябусу навчальної дисципліни можуть вноситись за ініціативою викладача та за результатами зворотного зв'язку у порядку, визначеному нормативними документами НУВГП.

Академічна мобільність. Інтернаціоналізація

Передбачено визнання (зарахування) результатів навчальної дисципліни або окремих її тем, набутих здобувачами вищої освіти в інших ЗВО (вітчизняних та іноземних) згідно з Положенням про академічну мобільність учасників освітнього процесу НУВГП (<https://ep3.nuwm.edu.ua/4398/>) та Порядку перезарахування результатів навчання за програмами академічної мобільності в НУВГП (<https://ep3.nuwm.edu.ua/19458/>), або інших угод про співпрацю.

Лектор *Міщук Г.Ю., завідувач кафедри трудових ресурсів і підприємництва, д.е.н., професор*

Автор
Завідувач кафедри

Галина МІЩУК

Затверджено

Проректор з науково-педагогічної та навчальної роботи

Валерій СОРОКА



документ підписаний КЕП
Номер документа СИЛ №733 від [sDateTime_SignWriteAgree_Last]
Підписувач Сорока Валерій Степанович
Підписувач (дані КЕП): [oSignECP.sSigner_Sert]
Сертифікат 58E2D9E7F900307B04000000807E2D0054327D00