



СИЛАБУС
навчальної дисципліни
«БРЕНДИНГ»

Спеціальність: **075 «Маркетинг»**



| | |
|---|---|
| Рівень вищої освіти | Перший (бакалаврський) |
| Статус дисципліни* | Навчальна дисципліна вибіркового компонента фахового переліку |
| Семестр | Осінній семестр |
| Обсяг дисципліни, кредити ЄКТС/загальна кількість годин | 3 / 90 |
| Мова викладання (українська, англійська) | Українська |
| Що буде вивчатися (предмет навчання) | Механізми та інструменти ефективного використання брендингу у конкурентоспроможному розвитку підприємства |
| Чому це цікаво/потрібно вивчати (мета) | Курс спрямований на освоєння теоретичних та практичних основ брендингу, розвиток ключових компетенцій в області створення та управління брендом, оволодіння навичками аналізу бренду як соціальною, комунікативною, семіотичною та маркетинговою категорією, навчити приймати ефективні стратегічні та тактичні рішення щодо створення та розвитку бренду. |
| Чому можна навчитися (результати навчання) | <ul style="list-style-type: none"> -знання структури, змісту, сутності та основних технології створення бренду; -розуміння ролі та значення ефективності брендового впливу у комунікативному дискурсі; -вміння застосовувати на практиці раціональні стратегії та тактики управління брендом; -вміння оцінювати розвиток бренду у просторі та часі |
| Як можна користуватися набутими знаннями і уміннями (компетентності) | Знання, отримані в результаті вивчення дисципліни можуть бути використані маркетологами в повсякденній роботі при прийнятті рішення стосовно маркетингової стратегії брендингу. |
| Навчальна логістика | <p>Зміст дисципліни. Структура та різновиди бренду. Зміст та атрибути бренду. Позиціонування бренду. Технології брендингу. Бренд сторі. Формування іміджевих стратегій бренду. Стратегічні та тактичні брендові вимірювання. Ребрендинг. Брендинг територій. Сучасні комунікативні стратегії створення нових брендів.</p> <p>Види занять: лекції, практичні</p> <p>Методи навчання: навчальна дискусія, онлайн</p> <p>Форми навчання: очна, заочна, дистанційна</p> |

| | |
|---|---|
| Пререквізити | Знання з дисциплін "Регіональна економіка", "Маркетинг", "Маркетингові комунікації" |
| Пореквізити | Знання з брендінгу можуть бути використані під час написання бакалаврської випускної роботи та при вивченні дисциплін «Поведінка споживача», «Маркетинг розподілу», «Маркетингова товарна політика», «Логістика», «Маркетингове ціноутворення» |
| Інформаційне забезпечення з фонду та репозитарію НТБ НАУ | <p>Начальна та наукова література: Репозитарій НАУ за посиланням eg.nau.edu.ua</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Байрон Шарп. Как растут бренды. О чем не знают маркетологи. - М. : «Манн, Иванов и Фербер», 2014. - 265с. 2. Бернет Дж., Мориарти С. Маркетинговые коммуникации: интегрированный подход: Пер. с англ. Под ред. С. Г. Божук. - СПб: Питер, 2011. - 864 с. 3. «Бренд-менеджмент». Навчальний посібник/ Уклад.: С.Ф.Смерічевський, С.Є. Петропавловська, О.А.Радченко. – К.: Вид-во Нац. авіац. ун-ту «НАУ-друк», 2018. – 48 с. 4. «Бренд-менеджмент». Практикум/ Уклад.: С. Є. Петропавловська, О. В. Хмельницька. – К.: Вид-во Нац. авіац. ун-ту «НАУ-друк», 2018. – 48 с. 5. Лук'янець Т.І. Маркетингова політика комунікацій. - К. : - КНЕУ, 2014. - 380с. 6. Маркетинг для магістрів: Навчальний посібник / За заг. ред. д.е.н., проф. С.М. Ілляшенка. – Суми: ВТД «Університетська книга», 2017. – 928 с. 7. Марти Ньюмейер. Z AG. Манифест другого маркетинга. Перевод с английского Александра Вапнярчука. - М. : «Манн, Иванов и Фербер», 2015.- 186 с. 8. Нир Єяль, Раян Гувер. На гачку. Як створити продукт, що чіпляє.-К. : Наш формат, 2017.-192 с. 9. Ромат Є. В. Реклама: История. Теория. Практика. – СПб: Питер, 2016. – 276 с. 10. Сед Годин. Фиолетовая корова. Сделай свой бизнес выдающимся. Перевод с английского В. Подейко. .- М. : «Манн, Иванов и Фербер» 2017. -155 с. 11. Томас Гэд. 4D брэндинг. Взламывая корпоративный код сетевой экономики. - М. : «Манн, Иванов и Фербер», 2017. - 232с. 12. Фил Барден. Взлом маркетинга. Наука о том, почему мы покупаем. Перевод с английского Инны Антипкиной.- М. : «Манн, Иванов и Фербер», 2014.- 290 с. <p>Робоча програма (посилання на репозитарій):</p> |

| | |
|---|--|
| Локація та матеріально-технічне забезпечення | Аудиторія теоретичного навчання Комп'ютер, проектор |
| Семестровий контроль, екзаменаційна методика | Залік, тестування ДЗ |
| Кафедра | маркетингу |
| Факультет | Економіки та бізнес-адміністрування |
| Викладач(і) | <div data-bbox="580 461 791 696" style="border: 1px solid black; padding: 5px; display: inline-block; text-align: center;"> <p>Фото за бажанням</p> </div> <p>ПЕТРОПАВЛОВСЬКА СВІТЛАНА ЄВГЕНІВНА Посада: доцент Вчений ступінь: кандидат економічних наук Профайл викладача: Тел.: 406-77-43 E-mail: petropavlovskaya@ukr.net Робоче місце: 2/203</p> |
| Оригінальність навчальної дисципліни | Авторський курс |
| Лінк на дисципліну | |