



Силабус навчальної дисципліни

«Брендинг у системі стратегічних комунікацій»

Спеціальність	029 «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа»
Освітня програма	«Інформаційна аналітика та PR-діяльність»
Освітній рівень	Перший (бакалаврський)
Статус дисципліни	Обов'язкова
Мова викладання	Українська
Курс / семестр	4 курс, 7 семестр
Кількість кредитів ЄКТС	3
Розподіл за видами занять та годинами навчання	Лекції -18 год.
	Практичні – 18 год.
	Самостійна робота – 54 год.
Форма підсумкового контролю	Екзамен
Кафедра	Економіки, підприємництва та маркетингу, ауд.108А https://nupp.edu.ua/page/kafedra-yekonomiki-pidpriemnitstva-ta-marketingu.html
Викладач (-і)	Добрянська Вікторія Вікторівна, к.т.н., доцент
Контактна інформація викладача	fem.dobryanska@nupp.edu.ua
Дні занять	За розкладом, відповідно до графіку навчального процесу
Консультації	аудиторія 108 А відповідно до графіку
Мета навчальної дисципліни – вивчення принципів і технологій формування брендів, розуміння ролі і призначення брендів у комерційній та некомерційній діяльності, формування у майбутніх фахівців соціально-відповідальної та професійно-компетентної культури управління брендами у сфері стратегічних комунікацій, а також формування системи знань і практичних навичок, що дозволяють розробити і оцінити ефективність бренду фірми, організації, території.	
Програмні результати навчання – РН 1: Знати і розуміти наукові засади організації, модернізації та впровадження новітніх технологій в інформаційній, бібліотечній та архівній діяльності. – РН 3: Керувати документаційними процесами діяльності установ, користуватися засобами електронного документообігу, організовувати референтну та офісну діяльність. – РН 11: Здійснювати пошук інформації в різних джерелах для розв'язання професійних завдань. – РН 13: Оцінювати результати діяльності та відстоювати прийняті рішення. – РН 14: Вільно спілкуватися з професійних питань, включаючи усну, письмову та електронну комунікацію українською мовою та однією з іноземних мов. – РН 20. Уміти оприлюднювати результати власних теоретико-прикладних досліджень у фаховому середовищі та презентувати їх із застосуванням сучасних технічних засобів. - РН 21. Уміти розробляти якісний інформаційний контент і медійні продукти для різних цільових аудиторій з урахуванням їх соціально-психологічних особливостей, а також відповідно до стратегій формування іміджу й бренду.	
Передумови для навчання Попередньо опановані дисципліни: «PR у маркетингових комунікаціях».	
Індивідуальне завдання	Не передбачене



Зміст навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1. Поняття, сутність та ринкова роль брендів

Тема 1. Торгова марка та бренд, їх сутність та ринкова роль. Тема 2. Історія розвитку та сутність брендингу. Тема 3. Бренд і диференціація продукту. Тема 4. Марочний капітал, капітал бренду.

Змістовий модуль 1. Створення та управління брендом

Тема 5. Створення бренду, архітектура бренду. Тема 6. Види товарів та їх брендинг. Тема 7. Управління брендом. Тема 8. Особливості сучасної концепції «крутих» брендів. Тема 9. Сучасні інформаційно-комунікаційні технології просування бренду.

Сторінка курсу на платформі Moodle

<https://dist.nupp.edu.ua/course/view.php?id=6009>

Рекомендовані джерела

1. Григорчук Т.В. Брендинг [Електронний ресурс] : навчальний посібник [для дистанційного навчання]. - К. : КНУКіМ, 2019. - 163 с.
2. Добрянська В. В. Навчальний посібник із дисципліни «Маркетингові комунікації» для студентів спеціальності 075 Маркетинг першого (бакалаврського) рівня вищої освіти – Полтава: НУПП, 2021. – 113с <http://lib.pntu.edu.ua>
3. Ідріс Муті. Брендинг за 60 хвилин. Фабула. 2019. 256 с.
4. Конспект лекцій з навчальної дисципліни «Бренд-менеджмент» для студентів другого (магістерського) рівня вищої освіти за спеціальністю 028 Менеджмент соціокультурної діяльності галузі знань 02 Культура і мистецтво /Укл.: Л. С. Ладонько, Чернігів: НУЧК, 2023. 124 с.

Система оцінювання результатів навчання

За результатами поточного контролю протягом семестру студент може отримати максимально 50 балів, за результатами підсумкового контролю 50 балів. Студент, який повністю виконав програму навчальної дисципліни і отримав достатню рейтингову оцінку (не менше 25 балів), допускається до підсумкового контролю з дисципліни.

Більш детальна інформація щодо оцінювання наведена в робочій навчальній програмі

Накопичування балів з навчальної дисципліни

Види навчальної роботи	Максимальна кількість балів
Виконання завдань на практичному занятті	50
Екзамен	50
Максимальна кількість балів	100

Відповідність шкали оцінювання ЄКТС національній системі оцінювання та шкалі оцінювання Національного університету «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ЄКТС	Оцінка за національною шкалою
90 - 100	A	відмінно
82 - 89	B	добре
74 - 81	C	
64 - 73	D	задовільно
60 - 63	E	
35 - 59	FX	незадовільно
1 - 34	F	

Політика навчальної дисципліни

Вивчення навчальної дисципліни потребує роботи з інформаційними джерелами, підготовки до лекцій і практичних занять, виконання усіх завдань згідно з навчальним планом.

Підготовка до практичних занять передбачає: ознайомлення з питаннями, які виносяться на заняття з відповідної теми; вивчення лекційного матеріалу. Рішення практичних завдань повинно демонструвати ознаки самостійності виконання здобувачем такої роботи, відсутність ознак повторюваності та плагиату.



Присутність здобувачів вищої освіти на практичних і лекційних заняттях є обов'язковою. Пропущене заняття має бути відпрацьоване. Здобувач вищої освіти повинен дотримуватися навчальної етики, поважно ставитися до учасників процесу навчання, дотримуватися дисципліни й часових (строкових) параметрів навчального процесу.

Більш детальну інформацію щодо компетентностей, результатів навчання, методів навчання, форм оцінювання, самостійної роботи наведено у робочій програмі навчальної дисципліни <https://dist.nupp.edu.ua/course/view.php?id=6009>

Силабус затверджено на засіданні кафедри «Економіки, підприємництва та маркетингу»

27 серпня 2024 р. Протокол № 20