

Міністерство освіти і науки України
Львівський національний університет природокористування

ФАКУЛЬТЕТ УПРАВЛІННЯ, ЕКОНОМІКИ І ПРАВА

(назва, факультету)

Кафедра міжнародних економічних відносин та маркетингу

(назва кафедри)

“ЗАТВЕРДЖУЮ”

Проректор з навчально-виховної роботи

_____ Віталій БОЯРЧУК

« ____ » _____ 2024 року

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТ

(назва навчальної дисципліни)

галузь знань 07 «Управління та адміністрування»

(шифр і назва спеціальності)

спеціальність 075 «Маркетинг»

Львів 2024

Робоча програма «БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТ» для студентів
галузі знань 07 «Управління та адміністрування»,
за спеціальністю 075 «Маркетинг».

Розробник: Томашевський Юрій Михайлович, к.е.н., доцент кафедри
міжнародних економічних відносин та маркетингу

Робочу програму схвалено на засіданні кафедри кафедри міжнародних
економічних відносин та маркетингу

Протокол від « 29 » серпня 2024 року №1

Завідувач кафедри міжнародних економічних відносин та маркетингу

_____ Андрій ЛИНДЮК
(підпис) (прізвище та ініціали)

Робочу програму схвалено на засіданні методичної комісії (ради) факультету
управління, економіки і права

Протокол від «29 » серпня 2024 року №1

Голова методичної комісії факультету

_____ Володимир КОВАЛІВ
(підпис) (прізвище та ініціали)

1. Опис навчальної дисципліни

Галузь знань, напрям підготовки, освітньо-кваліфікаційний рівень

Освітній ступень: магістр

Спеціальність 075 «Маркетинг»
(шифр і назва)

Характеристика навчальної дисципліни:

Нормативна

Кількість кредитів 4

Загальна кількість годин – 120

Індивідуальне науково-дослідне завдання -
(назва)

Вид контролю: екзамен

Тижневих аудиторних годин для денної форми навчання – 3

Співвідношення кількості годин аудиторних занять до загальної кількості годин становить:

для денної форми навчання – 35%

для заочної форми навчання – 11,7%

2. Програма навчальної дисципліни

Тема 1. Бренд-менеджмент: поняття, зміст. Бренд та брендинг

- 1.1. Оцінка впливу комерційних брендів на конкурентоспроможність організації, регіону, країни.
- 1.2. Основні моделі брендингу та їх характеристика.
- 1.3. Еволюція брендингу у вітчизняній та зарубіжній практиці.
- 1.4. Співвідношення понять "бренд", "торгова марка", "товарний знак".

Тема 2. Класифікація брендів

- 2.1. Якісні та кількісні характеристики бренда.
- 2.2. Рівні впливу бренда на споживача.
- 2.3. Життєвий цикл бренда.
- 2.4. Причини "вмирання" брендів

Тема 3. Позичіонування та бренд-менеджмент

- 3.1. Комплекс маркетингу у системі брендингу та маркетинг взаємовідносин.
- 3.2. Проблеми в процесі позиціонування бренда.
- 3.3. Модель ДНК бренда.

Тема 4. Інтегровані комунікації бренд-менеджменту

- 4.1. Точки контакту з брендом та моделі управління точками контакту.
- 4.2. Матриця споживчих груп та її використання в процесі управління взаємовідносинами зі споживачами.
- 4.3. Типи споживачів за їх поведінкою в контексті лояльності до бренда.

Тема 5. Моделі формування та розвитку бренду

- 5.1. Економічні моделі брендингу.
- 5.2. Поняття "архітектури бренда".
- 5.3. Сучасні засоби управління брендовими потоками.
- 5.4. Інноваційний бренд-менеджмент.

Тема 6. Особливості управління брендингом

- 6.1. Маркетингові дослідження іміджу бренда.
- 6.2. Формування системи бренд-менеджменту на підприємстві.
- 6.3. Помилки в управлінні брендом.

Тема 7. Ребрендинг

- 7.1. Процес оновлення бренда.
- 7.2. Ліквідація бренда.
- 7.3. Процедура санації брендового портфеля.

3. Структура навчальної дисципліни

№ тем	Кількість годин											
	денна форма						заочна форма					
	усього	у тому числі					усього	у тому числі				
		л	п	лаб.	інд.	с.р.		л	п	лаб.	інд.	с.р.
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Тема 1.	12	2	4			6	12	1	2			9
Тема 2.	12	2	4			6	12	1	1			10
Тема 3.	12	2	4			6	12	1	1			10
Тема 4.	12	2	4			6	12	1	1			10
Тема 5.	14	2	4			8	14	1	1			12
Тема 6.	14	2	4			8	14	0,5	1			12,5
Тема 7.	14	2	4			8	14	0,5	1			12,5
Екзамен	30					30	30					30
Усього годин	120	14	28			78	120	6	8			106

1. Теми семінарських занять

№	Назва теми	К-сть годин	
1.	Бренд-менеджмент: поняття, зміст. Бренд та брендинг	4	2
2.	Класифікація брендів	4	1
3.	Позиціонування та бренд-менеджмент	4	1
4.	Інтегровані комунікації бренд-менеджменту	4	1
5.	Моделі формування та розвитку бренду	4	1
6.	Особливості управління брендингом	4	1
7.	Ребрендинг	4	1
	Разом	28	8

5. Теми винесені на самостійне вивчення

№	Назва теми	К-сть годин	
1.	Бренд-менеджмент: поняття, зміст. Бренд та брендинг	6	9
2.	Класифікація брендів	6	10
3.	Позиціонування та бренд-менеджмент	6	10
4.	Інтегровані комунікації бренд-менеджменту	6	10
5.	Моделі формування та розвитку бренду	8	12
6.	Особливості управління брендингом	8	12,5
7.	Ребрендинг	8	12,5
	Разом	48	106

9. Методичне забезпечення

1. Томашевський Ю.М. Бренд-менеджмент: методичні рекомендації до виконання практичних завдань та самостійної підготовки для студентів ОС «Магістр» спеціальності 075 «Маркетинг» – Дубляни : Львівський національний університет природокористування, 2024. 55 с.

10. Рекомендована література

Основна

1. Бікулов Д.Т., Головань О.О., Олійник О.М., Маркова С.В., Сухарева К.В., Чкан А.С. Бренд-менеджмент у сфері зовнішньоекономічної діяльності : навчальний посібник для здобувачів ступеня вищої освіти бакалавра спеціальності «Менеджмент» ОПП «Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності». Запоріжжя : ЗНУ, 2020. 96 с.
2. Доценко К. О. Брендінг : навчально-методичний посібник для здобувачів ступеня вищої освіти бакалавра напряму підготовки «Реклама та зв'язки із громадськістю». Запоріжжя : ЗНУ, 2015. URL: <http://ebooks.znu.edu.ua/files/metodychky/2015/12/0038022.doc> (дата звернення 29.09.2023).
3. Мороз О. В. Теорія сучасного брендінгу: Монографія. – Вінниця: Універсум „Вінниця”, 2003. – 104 с.
4. Норіцина Н.І. Маркетингова товарна політика: Навч. посібник.- К: НАУ, 2007. – 217 с.
5. Обрителько Б.А. Реклама і рекламна діяльність: Курс лекцій.- К: МАУП, 2002. – 240 с.

Допоміжна

1. Зозульов О. В., Писаренко Н. Л. Ринкове позиціонування: з чого починається створення успішних брендів. Київ : Знання-Прес, 2014. 199 с.
2. Родіонов О. В. Бренд підприємства : формування, діагностика, розвиток : монографія. Луганськ : Вид-во «Ноулідж», 2014. 280 с.
3. Струтинська І. В. Бренд-менеджмент: теорія і практика : навч. посіб. Тернопіль : Прінт-офіс, 2015. URL: <http://ebooks.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Inshi58/0042206.pdf> (дата звернення 29.09.2023).

11. Інформаційні ресурси

- Мережа INTERNET
- Бібліотека ЛНУП: м. Дубляни, вул. В.Великого, 1; тел. 22-45-915
- Львівська наукова бібліотека ім. Стефаника НАН України: вул. Стефаника, 2; тел. 74-43-72
- Львівська обласна наукова бібліотека: просп. Шевченка, 13; тел.74-02-26
- Наукова бібліотека ЛНУ ім. Франка, метод. відділ: вул. Драгоманова, 17; тел. 296-42-41
- Центральна міська бібліотека ім Лесі Українки: вул. Мулярська, 2а; тел.72-05-81
- Бібліотека Львівської комерційної академії (вул. Туган-Барановського, 10, тел 79-76-40).