

УКРАЇНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ НАУКИ І ТЕХНОЛОГІЙ



СИЛАБУС навчальної дисципліни БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТ

Статус дисципліни	Вибіркова навчальна дисципліна загально-університетського каталогу
Коди та назви спеціальностей, для яких пропонується навчальна дисципліна	Усі спеціальності, окрім спеціальності 076 «Підприємництво та торгівля»
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Обсяг дисципліни	4 кредити ЄКТС
Терміни вивчення дисципліни	8 семестр (перший півсеместр)
Назва кафедри, яка викладає дисципліну, аббревіатурне позначення	Кафедра економіки та підприємництва ім. Т.Г. Беня ЕП
Мова викладання	Українська

Лектор (викладач)



Канд. екон. наук, доцент
СЕМЕНОВА ТЕТЯНА ВАЛЕРІЙВНА
E-mail: t.v.semenova@ust.edu.ua
<https://nmetau.edu.ua/ua/mdiv/i2028/p-2/e217>
пр. Науки, 4, кім. 350

Передумови вивчення дисципліни	Базові знання з економічної теорії, менеджменту та економіки, опановані при вивченні відповідних обов'язкових навчальних дисциплін
Мета навчальної дисципліни	Формування у студентів системи теоретичних знань і практичних умінь ефективного реалізації функцій та застосування методів бренд-менеджменту, цілісного уявлення про процес створення брендів та використання організаціями різних стратегій розвитку та управління брендами, розуміння ролі та призначення брендів у діяльності компаній.
Очікувані результати навчання	ОРН1. Використовувати знання форм взаємодії суб'єктів ринкових відносин для забезпечення діяльності підприємницьких та торговельних структур. ОРН2. Визначати та оцінювати характеристики товарів і послуг у підприємницькій та торговельній діяльності за допомогою сучасних методів.

	ОРНЗ. Оцінювання кон'юнктури ринків та результатів діяльності підприємницьких та торговельних структур з урахуванням ризиків.
--	---

Види та обсяг навчальної діяльності в академічних годинах

Денна форма освіти

Види навчальної діяльності	Усього	Семестри / чверті	
		8	
		1	2
Усього годин за навчальним планом	120	120	-
у тому числі:			
Аудиторні заняття	32	32	-
– лекції	16	16	-
– лабораторні роботи	-	-	-
– практичні заняття	16	16	-
Самостійна робота	88	88	-
– підготовка до аудиторних занять	16	16	-
– виконання та захист індивідуальних завдань	12	12	-
– підготовка та складання екзаменів	-	-	-
– підготовка та складання контрольних робіт	18	18	-
– опрацювання розділів, які не викладаються на лекціях	42	42	-
Форма семестрового контролю		Диф. залік	

Заочна форма освіти

Види навчальної діяльності	Усього	Семестр
		8
Усього годин за навчальним планом	120	120
у тому числі:		
Аудиторні заняття	16	16
– лекції	8	8
– лабораторні роботи	-	-
– практичні заняття	8	8
Самостійна робота	104	104
– підготовка до аудиторних занять	8	8
– виконання та захист індивідуальних завдань	12	12
– опрацювання навчального матеріалу	66	66
– підготовка та складання екзаменів	-	-
– підготовка та складання контрольних заходів	18	18
Форма семестрового контролю		Диф. залік

Зміст дисципліни	Розділ 1. Теоретичні основи бренд-менеджменту Розділ 2. Атрибути, розробка та позиціонування бренду
-------------------------	--

	Розділ 3. Розробка та позиціонування бренду Розділ 4. Брендинг як комплексна маркетингова технологія
Контрольні заходи та критерії оцінювання	Оцінки розділів визначаються за 12-бальною шкалою згідно із затвердженими критеріями за результатами індивідуального завдання та контрольних робіт у розрахунково-тестовій формі. Формою семестрового контролю з дисципліни є диференційований залік. Семестрова оцінка визначається як середнє арифметичне оцінок з розділів 1-4 з подальшим переведенням до 100-бальної шкали за визначеною методикою.
Політика викладання	Необхідною умовою отримання позитивної оцінки кожного розділу є відпрацювання відповідних практичних занять. Необхідною умовою отримання позитивної семестрової оцінки з дисципліни за заочною формою навчання є зарахування індивідуального завдання, за яке відповідно до затверджених критеріїв виставляється оцінка «зараховано» / «не зараховано». Підсумкова оцінка з навчальної дисципліни дорівнює семестровій. Оскарження процедури та результатів оцінювання розділів та семестрового оцінювання з боку здобувачів освіти здійснюється у порядку, передбаченому «Положенням про організацію освітнього процесу в УДУНТ». Порушення академічної доброчесності з боку здобувачів освіти, які, зокрема, можуть полягати у користуванні сторонніми джерелами інформації на контрольних заходах та фабрикації результатів досліджень, що здійснюються під час виконання лабораторних робіт, тягнуть відповідальність у вигляді повторного виконання завдань та повторного проходження процедури оцінювання.
Засоби навчання	Навчальний процес передбачає використання мультимедійного комплексу для проведення лекцій та практичних занять
Навчально-методичне забезпечення	Основна література: 1. Марченко О.М. Бренд-менеджмент у сучасному бізнесі: навчальний посібник. Львів: Львівський державний університет внутрішніх справ, 2023. 268 с. 2. Шевченко О.Л. Бренд-менеджмент. Київ: КНЕУ, 2010. 400 с. 3. Смерічевський С.Ф., Петропавловська С.Є., Радченко О.А. Бренд-менеджмент: навчальний посібник. Київ: НАУ, 2019. 156 с. 4. Кендюхов О.В., Ягельська К.Ю., Файвішенко Д.С. Бренд-менеджмент: навчальний посібник. Донецьк: ДонНТУ, 2013. 459 с. 5. Струтинська І.В. Бренд-менеджмент: теорія і

УКРАЇНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  Кафедра економіки підприємств та підприємництва  Доктор (кандидат) Підприємство Методичні рекомендації	практика: навчальний посібник. Тернопіль: Прінт-офіс, 2015. 204 с. 6. Малинка О.Я., Устенко А.О. Бренд-менеджмент: навчальний посібник. Івано-Франківськ: Фоліант, 2013. 293 с. Допоміжна література 7. Ястремська О.М., Ястремська О.О. Бренд-менеджмент. Харків: ХНЕУ, 2010. 164 с. 8. Мороз О.В. Теорія сучасного брендингу. Вінниця: Універсум «Вінниця», 2013. 104 с. 9. Яцишина Л.К., Зимбалева Ю.В., Виноградов О.А. Бренд-менеджмент: навч. посібник. Київ: КНУТД, 2011. 102 с. 10. Смит П. Маркетинговые коммуникации. Комплексный подход. Пер. с англ. Київ: Знання-Прес, 2003. 796 с. 11. Котлер Ф. Основи маркетингу. Класичне видання. Пер. с англ. Київ: «Науковий світ», 2023. 622 с. 12. Мороз О.В. Теорія сучасного брендингу: монографія. Вінниця: Універсум «Вінниця», 2013. 104 с. Інформаційні ресурси в Інтернеті 1. Верховна рада України. Офіційний сайт. URL: http://www.rada.gov.ua 2. Урядовий портал. Офіційний сайт. URL: http://www.kmu.gov.ua 3. Міністерство економіки України. Офіційний сайт. URL: http://www.me.gov.ua 4. Міністерство фінансів України. Офіційний сайт. URL: http://www.mof.gov.ua 5. Державна служба статистики України. Офіційний сайт. URL: http://www.ukrstat.gov.ua 6. Національна бібліотека ім. В.І. Вернадського. Офіційний сайт. URL: http://www.nbuv.gov.ua/ 7. Україна: аналітика та статистика. Офіційний сайт. URL: http://zet.in.ua
--	---

Ухвалено на засіданні кафедри економіки та підприємництва ім. Т.Г. Беня
(Протокол № 6 від 13.11.2025 р.)

Зав. кафедри

Світлана ДОВБНЯ