СИЛАБУС
НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
«БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТ»

Назва кафедри	Менеджменту та маркетингу
Тип дисципліни	Вибіркова
Мова викладання	Українська
Керівник курсу	**Трушкіна Наталія Валеріївна**, кандидат економічних наук, старший дослідник, доцент кафедри менеджменту та маркетингу
Профайл керівника курсу	http://nasoa.edu.ua/spivrobitnyky/
Контактна інформація керівника курсу (e-mail)	E-mail: Trushkina@nasoa.edu.ua

ОПИС ДИСЦИПЛІНИ

	Кредитів ECTS	Годин	За видами занять:			
			Лекцій	Практичних та семінарських занять	Самостійна підготовка	Вид підсумкового контролю
Обсяг:	Денна форма навчання					
	4	120	20	22	78	Залік
	Заочна форма навчання					
	4	120	2	4	114	Залік

Опис дисципліни	**Навчальна дисципліна «Бренд-менеджмент»** є вибірковим компонентом навчального плану. Як вибіркова складова, вивчення дисципліни дозволить здобувачу вищої освіти сформувати індивідуальну освітню траєкторію. **Мета вивчення навчальної дисципліни** полягає у формуванні у студентів системних знань про теоретичні та практичні засади управління брендами; розвитку навичок стратегічного планування, позиціонування та просування брендів, а також здатності приймати обґрунтовані управлінські рішення у сфері бренд-комунікацій в умовах конкурентного ринкового середовища. **Завдання вивчення навчальної дисципліни**: засвоєння сучасних концепцій і моделей бренд-менеджменту; вивчення етапів формування та розвитку бренду; оволодіння методами позиціонування та диференціації брендів; розроблення бренд-стратегій і бренд-платформ; набуття навичок управління бренд-комунікаціями в офлайн та digital-середовищі; формування вміння оцінювати ефективність бренду та його ринкову вартість. **Формат проведення дисципліни:** лекції, практичні (семінарські) заняття, самостійна робота. Здобувачі вищої освіти мають змогу отримати індивідуальні консультації.
Професійні компетентності	Здатність застосовувати сучасні концепції, методи та інструменти бренд-менеджменту в управлінні діяльністю підприємств. Здатність формувати ідентичність бренду, визначати його цінності, конкурентні переваги та напрями позиціонування на ринку.

	Здатність розробляти й реалізовувати стратегії створення, розвитку та просування брендів. Здатність управляти бренд-комунікаціями, оцінювати ефективність бренду та обґрунтовувати управлінські рішення щодо підвищення його цінності.
Програмні результати навчання	Застосовувати теоретичні знання та сучасні інструменти бренд-менеджменту для розв'язання практичних управлінських завдань. Формувати бренд-платформу, визначати ідентичність бренду, його позиціонування та конкурентні переваги. Розробляти бренд-стратегії, обирати інструменти бренд-комунікацій та планувати заходи щодо розвитку й просування бренду. Аналізувати ефективність управління брендом, оцінювати його капітал, ринкову вартість і репутацію.
Програма навчальної дисципліни	**Змістовий модуль 1. Теоретичні засади бренд-менеджменту** Тема 1. Сутність бренду та його роль у маркетинговій діяльності підприємства. Тема 2. Історія розвитку концепції брендингу. Тема 3. Бренд як нематеріальний актив: бренд-капітал і бренд-ідентичність. Тема 4. Моделі та концепції бренд-менеджменту. Тема 5. Позиціонування бренду та споживче сприйняття. Тема 6. Бренд у системі інтегрованих маркетингових комунікацій. **Змістовий модуль 2. Практичні інструменти бренд-менеджменту** Тема 7. Розробка бренд-платформи: місія, бачення, цінності та обіцянка бренду. Тема 8. Бренд-стратегія: типи стратегій і механізми їх реалізації. Тема 9. Бренд-архітектура: монобренд, мультибренд, endorsed brands. Тема Тема 10. Управління життєвим циклом бренду. Тема 11. Digital-брендинг та управління брендом у соціальних мережах. Тема 12. Оцінювання ефективності бренду та управління його репутацією.
Методи навчання	Під час проведення лекцій застосовуються такі методи навчання: презентації у програмі Microsoft Office PowerPoint, пояснення, обговорення теоретичних питань, дискусії, ілюстративно-роздатковий матеріал. Під час практичних (семінарських) занять застосовуються такі методи навчання: доповіді, письмове виконання практичних занять, ситуаційні завдання, кейси, методи «мозкового штурму», дослідницькі методи.
Матеріально-технічне забезпечення навчальної дисципліни	Комп'ютери або ноутбуки з програмним забезпеченням для виконання навчальних завдань: Microsoft Office, веббраузери, онлайн-інструменти для створення презентацій і візуальних матеріалів, цифрові сервіси для аналізу брендів, маркетингових комунікацій та споживчих уподобань, професійні маркетингові інформаційні ресурси. Мультимедійний проєктор, платформи Microsoft Teams та Moodle для організації дистанційного навчання, виконання завдань і проведення контролю знань.
Політики навчальної дисципліни	***Політика щодо академічної доброчесності.*** Дотримання академічної доброчесності здобувачами вищої освіти НАСОА є передумовою для ефективного опанування результатами навчання і отримання позитивної оцінки з поточного та підсумкового контролів. Складові політики академічної доброчесності регламентуються: Положенням про академічну доброчесність Національної академії статистики, обліку та аудиту, затвердженим рішенням Вченої ради НАСОА, 26 червня 2026 р., протокол № 15. Відповідно до Положення про внутрішню систему забезпечення якості освіти в НАСОА та Положення про академічну доброчесність НАСОА у разі виявлення викладачем порушення студентом норм та правил академічної доброчесності, викладач зобов'язаний застосувати норми п. 4.17.2 Положення про академічну доброчесність НАСОА.

	Політика щодо відвідування занять. Здобувачі вищої освіти денної форми навчання зобов'язані відвідувати заняття. Поважними причинами для відсутності на заняттях є хвороба, академічна мобільність або інші випадки відсутності, які підтверджені документально. Якщо здобувач вищої освіти відсутній на заняттях з поважної причини, він презентує виконані завдання під час самостійної підготовки та відповідно до графіку консультацій викладача. ***Політика щодо перескладання.*** Здобувачі вищої освіти повинні дотримуватися термінів виконання усіх завдань, передбачених програмою навчальної дисципліни. Ліквідація академічної заборгованості та перескладання заліку проводиться після закінчення екзаменаційної сесії за окремим розкладом, складеним навчально-методичним відділом не пізніше наступного тижня після сесії. Політика щодо оскарження результатів оцінювання. Якщо здобувач вищої освіти не згоден з оцінюванням рівня його знань, він може оскаржити виставлену викладачем оцінку у встановленому порядку відповідно до Положення про організацію освітнього процесу у Національній академії статистики, обліку та аудиту, затвердженого рішенням Вченої ради НАСОА, 24 квітня 2020 р., протокол № 8 (зі змінами та доповненнями, протокол від 04 листопада 2025 р. №4).

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

1. Жигулін О. А., Седікова І. О., Савенко І. І. Бренд-менеджмент : навчальний посібник. Ніжин : НДУ ім. М. Гоголя, 2024. 270 с. URL: https://hdl.handle.net/11300/31356.

2. Лазебник В. В., Гаврилюк Ю. Г. Бренд-менеджмент : навчальний посібник. Київ : НУБіП України, 2024. 552 с. URL: https://dglib.nubip.edu.ua/handle/123456789/417.

3. Бренд-менеджмент у сучасному бізнесі : навчальний посібник / упоряд. О. М. Марченко. Львів : Львівський державний університет внутрішніх справ, 2023. 268 с.

4. Гудзь О., Коровін В. Побудова організаційного дизайну підприємства на креативній основі в умовах цифровізації. Економіка та суспільство. 2024. № 67. DOI: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-67-118.

5. Златова І. О. Ефективність маркетингу на основі штучного інтелекту в SMM. Маркетинг і цифрові технології. 2024. Т. 8, № 4. С. 58–67. DOI: https://doi.org/10.15276/mdt.8.4.2024.5.

6. Крижановський Б. Визначення ефективності застосування цифрових інструментів у маркетингових кампаніях. Економіка та суспільство. 2025. № 73. DOI: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-73-90.

7. Храпкіна В. В., Трушкіна Н. В. Трансформація підходів у маркетингу в постпандемічний період. Трансформація підходів в управлінні та маркетингу у постпандемічний період : монографія / за заг. ред. В. В. Храпкіної, К. В. Пічик. Київ : Інтерсервіс, 2022. С. 25–37.

8. Місюкевич В. І., Трушкіна Н. В., Шкригун Ю. О. Управління клієнтським досвідом як пріоритетний напрям діяльності торговельних підприємств. Вісник економічної науки України. 2023. № 1 (44). С. 93–105. DOI: https://doi.org/10.37405/1729-7206.2023.1(44).93-105.

9. Трушкіна Н. В., Патлачук Т. В. Науково-методичне забезпечення формування системи управління взаємовідносинами зі споживачами в цифровому просторі. Бізнес Інформ. 2023. № 9. С. 331–345. DOI: https://doi.org/10.32983/2222-4459-2023-9-331-345.

10. Трушкіна Н. Лояльність споживачів освітніх послуг як важлива компонента бренд-маркетингу закладів вищої освіти. Особливості формування і напрями розвитку бренду закладу вищої освіти у цифровому середовищі : матеріали Всеукраїнського науково-педагогічного підвищення кваліфікації (4 листопада – 15 грудня 2024 р.). Львів ; Торунь : Liha-Pres, 2024. С. 99–103.

11. Трушкіна Н. В., Патлачук Т. В. Сутність поняття «управління взаємовідносинами зі споживачами». Ефективна економіка. 2024. № 12. DOI: https://doi.org/10.32702/2307-2105.2024.12.73.

КРИТЕРІЇ ТА МЕТОДИ ОЦІНЮВАННЯ

За результатами семестру студент отримує підсумкову оцінку за 100-бальною системою, яка розраховується як накопичена сума отриманих балів за всі види поточного, модульного та підсумкового контролю.

Умовою допуску до підсумкового контролю є набрання здобувачем вищої освіти 35 балів у сукупності за всіма темами дисципліни.

Якщо за результатами модульно-рейтингового контролю студент отримав сумарну кількість балів за два змістовні модулі, що не перевищує 34 бали, то студент вважається таким, що не виконав усі види робіт, які передбачаються навчальним планом з дисципліни «Бренд-менеджмент» і направляється на повторний курс вивчення дисципліни.

Форми контролю	Види навчальної роботи	Оцінювання
ПОТОЧНИЙ КОНТРОЛЬ	Робота на лекціях	-
	Робота на практичних заняттях	Від 0 до 4 балів
МОДУЛЬНИЙ КОНТРОЛЬ	Модульний контроль № 1	Максимальна оцінка – 12 балів
	Модульний контроль № 2	Максимальна оцінка – 10 балів
ПІДСУМКОВИЙ КОНТРОЛЬ	Залік	Максимальна оцінка – 30 балів
Заочна форма навчання		
ПОТОЧНИЙ КОНТРОЛЬ	Робота на лекціях	-
	Робота на практичних заняттях	-
КОНТРОЛЬНА РОБОТА ДЛЯ ЗАОЧНОЇ ФОРМИ НАВЧАННЯ	Комплексна практична робота	Від 0 до 70
ПІДСУМКОВИЙ КОНТРОЛЬ	Залік	Максимальна оцінка – 30 балів

ШКАЛА ОЦІНЮВАННЯ ЗНАНЬ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Оцінка за національною шкалою	**Оцінка в балах**	**Оцінка за шкалою ECTS**	
Залік		**Оцінка**	**Пояснення**
Зараховано	**90-100**	A	Здобувач вищої освіти демонструє високий рівень знань навчального матеріалу в обсязі, що відповідає програмі дисципліни, достатньо реалізовує теоретичні положення дисципліни в практичних розрахунках, виконав практичні завдання відмінно або з незначною кількістю помилок. За час навчання при проведенні практичних занять проявив вміння самостійно вирішувати поставлені завдання, активно включатись в дискусії, може відстоювати власну позицію в питаннях та рішеннях, що розглядаються
	82-89	B	Здобувач вищої освіти демонструє гарні знання, добре володіє матеріалом, що відповідає програмі дисципліни, робить на їх основі аналіз можливих ситуацій та вміє застосовувати теоретичні положення при вирішенні практичних задач, але допускає окремі неточності. Вміє самостійно виправляти допущені помилки, кількість яких є незначною

	74-81	C	Здобувач вищої освіти в загальному добре володіє матеріалом, знає основні положення матеріалу, що відповідає програмі дисципліни, робить на їх основі аналіз можливих ситуацій та вміє застосовувати при вирішенні типових практичних завдань, але допускає окремі неточності. Помилки у відповідях та розрахунках не є системними. Знає характеристики основних положень, що мають визначальне значення при проведенні практичних занять та поясненні прийнятих рішень, в межах дисципліни, що вивчається.
	64-73	D	Здобувач вищої освіти засвоїв основний теоретичний матеріал, передбачений програмою дисципліни. При вирішенні практичних завдань допускає значну кількість недоліків і суттєвих помилок
	60-63	E	Здобувач вищої освіти має певні знання, передбачені в програмі дисципліни, володіє основними положеннями, що вивчаються на рівні, який визначається як мінімально допустимий. З використанням основних теоретичних положень, здобувач вищої освіти з труднощами пояснює правила вирішення практичних завдань дисципліни, відсутнє розуміння порядку виконання завдання та взаємозв'язків з іншими дисциплінами.
Незараховано	**35-59**	FX	Здобувач вищої освіти може відтворити окремі фрагменти з курсу. Незважаючи на те, що програму дисципліни здобувач вищої освіти виконав, працював він пасивно, його відповіді під час практичних робіт в більшості є неправильними, необґрунтованими. Цілісність розуміння матеріалу з дисципліни у здобувача вищої освіти відсутні. Здобувач вищої освіти має можливість повторного складання
	1-34	F	Здобувач вищої освіти повністю не виконав вимоги програми навчальної дисципліни. Його знання на підсумкових етапах навчання є фрагментарними. Обов'язковий повторний курс

Розглянуто та затверджено на засіданні кафедри менеджменту та маркетингу. Протокол № 1 від 28 серпня 2026 р.