

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Бренд-орієнтоване управління

Статус дисципліни – вільного вибору здобувача вищої освіти.

Викладач – к.е.н. Зимбалева Ю.В., доцент кафедри маркетингу та комунікаційного дизайну.

Рекомендовано – третій (освітньо-науковий) рівень вищої освіти.

Необхідні навчальні компоненти (пререквізити): інноваційний маркетинг, моделювання бізнес-рішень у маркетингу.

1. Анотація курсу:

Обсяг модуля: загальна кількість годин – 180; з них: лекції – 12 год., практичні – 24 год., самостійна робота – 144 год., кількість кредитів ЄКТС – 6.

Мета курсу – оволодіння компетентностями здатності: розробляти проекти та управляти ними; здатності до виявлення та формалізації закономірностей розвитку об'єктів та суб'єктів маркетингу на основі прикладних досліджень; здатності до інтеграції знань, умінь і навичок та ефективного їх використання в умовах швидкої адаптації організацій до вимог зовнішнього середовища, прийняття інтегрованих рішень у маркетингу, організації маркетингової інформаційної системи, організації пошуку партнерів; здатності застосовувати результати новітніх економічних досліджень до розробки та реалізації стратегії управління економічними суб'єктами.

Результати навчання дисципліни:

знати: наукові принципи організації вибіркового обстеження та володіти методикою формування вибіркової сукупності і розрахунку вибірових характеристик; загальні принципи та методи маркетингової науки, а також методологію наукових досліджень, застосувати їх у власних дослідженнях та у викладацькій практиці;

вміти: самостійно вирішувати, інтерпретувати і співвідносити факти культурного і суспільного життя, беручи до уваги соціально-психологічні особливості комунікативної поведінки носіїв; розробляти та досліджувати економіко-математичні і комп'ютерні моделі процесів і систем із використанням сучасного програмного забезпечення, ефективно використовувати їх для отримання нових знань та/або створення інноваційних продуктів у маркетингу та у дотичних міждисциплінарних напрямках; формувати команду дослідників для вирішення локальної задачі (формулювання дослідницької проблеми, робочих гіпотез, збору інформації, підготовки пропозицій);

здатен продемонструвати: системність наукового світогляду і здатність інтерпретувати сучасні теорії та концепції маркетингу, в тому числі на межі предметних галузей, з метою отримання нових теоретичних і прикладних результатів; високий ступінь самостійності, академічної та професійної доброчесності при проведенні наукових досліджень, оприлюднення та впровадження наукових результатів;

володіти навичками: здійснювати самостійні дослідження наукового і прикладного характеру в сфері маркетингу чи на межі предметних галузей економіки, управління та адміністрування з метою встановлення траєкторії розвитку реальних ринкових процесів і поведінки ринкових суб'єктів; застосовувати сучасний інструментарій для розроблення власних інформаційних систем; здійснювати критичний аналіз, оцінку і синтез нових та складних ідей;

самостійно вирішувати: вирішувати, інтерпретувати і співвідносити факти культурного і суспільного життя, беручи до уваги соціально-психологічні особливості комунікативної поведінки носіїв; самостійно розробляти управлінські рішення для забезпечення підвищення соціально-економічної ефективності діяльності підприємств.

Зміст дисципліни: Тема 1. Складові системи бренд-орієнтованого управління. Тема 2. Обмеження при реалізації оптимальної бренд-орієнтованої стратегії. Тема 3. Організація функціонування системи бренд-орієнтованого управління. Тема 4. Моделі формування та розвитку бренду. Тема 5. Управління брендом за результатами аналітичної діяльності та маркетингових досліджень. Тема 6. Методичні підходи до формування бренд-орієнтованої системи інтегрованих маркетингових комунікацій підприємства. Тема 7. Розвиток та управління бренд-портфелем підприємства. Тема 8. Капітал бренду. Тема 9. Теоретико-методологічні положення щодо оцінювання капіталу бренду. Тема 10. Оптимізація показників ефективності бренд-орієнтованого управління.

Форма підсумкового контролю: залік.

Засоби діагностики успішності навчання: індивідуальні завдання, перелік питань та комплекти тестових завдань для рубіжного та модульного видів контролю.

Мова навчання: українська.

2. Оцінювання:

Розподіл балів, які отримують здобувачі

Поточне оцінювання та самостійна робота										МК (тестовий)	Сума
T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	T9	T10		
8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	20	100

Розподіл балів з дисципліни

Види оцінювання	T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	T9	T10	Усього
Виступ на практичному занятті	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
Презентація	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
Модульний контроль	10					10					20
Всього з дисципліни											100

Відповідність шкал оцінок якості засвоєння навчального матеріалу

Оцінка за національною шкалою для екзамену, КП, КР /заліку	Оцінка в балах	Оцінка за шкалою ECTS	Пояснення
Відмінно/зараховано	90-100	A	Відмінно (відмінне виконання лише з незначною кількістю помилок)
Добре/зараховано	82-89	B	Дуже добре (вище середнього рівня з кількома помилками)
	74-81	C	Добре (в загальному вірно виконання з певною кількістю суттєвих помилок)
Задовільно/зараховано	64-73	D	Задовільно (непогано, але зі значною кількістю недоліків)
	60-63	E	Достатньо (виконання відповідає мінімальним критеріям)
Незадовільно/незараховано	35-59	FX	Незадовільно (з можливістю повторного складання)
	0-34	F	Незадовільно (з обов'язковим повторним вивченням дисципліни)

3. Політика курсу:

3.1 Обов'язкове дотримання академічної доброчесності здобувачами, а саме:

- самостійне виконання всіх видів робіт, завдань, форм контролю, передбачених робочою програмою даної навчальної дисципліни;
- посилення на джерела інформації у разі використання ідей, розробок, тверджень, відомостей;
- дотримання норм законодавства про авторське право і суміжні права;
- надання достовірної інформації про результати власної навчальної (наукової, творчої) діяльності, використанні методики досліджень і джерела інформації.

3.2 Для отримання позитивної оцінки з дисципліни необхідно отримати 4 бали за один із видів практичної роботи (виступ на практичному занятті або презентація) по кожній з 10 тем змісту дисципліни, а також пройти рубіжний і модульний види контролю.

3.3 Перенесення терміну здачі робіт/перездача:

- з поважних причин роботи оцінюються без зниження максимального балу за умови завчасного повідомлення викладача або через старосту групи (документально) про причину затримки та строки перенесення здачі роботи;
- без поважних причин – зі зниженням максимального балу за виконанні роботи.

При виявленні плагіату робота здобувача не буде зарахована.

3.4 Пропущенні заняття відпрацьовуються.

3.5 При виявленні плагіату робота не зараховується, видається інше індивідуальне завдання або інший варіант тестів для поточного (тематичного) і модульного контролю. За нову роботу знижується максимальний бал.

3.6 Пропущені заняття обов'язково потребують відпрацювання за індивідуальним графіком,

ПОГОДЖЕНИМ З ВИКЛАДАЧЕМ.