



СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «УПРАВЛІННЯ БРЕНДАМИ ТА КРЕАТИВ»

Компонента освітньої програми – обов'язкова (4 кредити)

| | |
|-------------------------------------|---|
| Освітньо-професійна програма | «Маркетинг» |
| Спеціальність | D5 Маркетинг |
| Галузь знань | D |
| Рівень вищої освіти | Другий (магістерський) |
| Мова навчання | українська |
| Профайл викладача (-ів) | В.А.Вардеванян, к.е.н, асистент кафедри маркетингу, і |
| Контактний тел. | +38 0372509465 |
| E-mail: | v.vardevanyan@chnu.edu.ua |
| Сторінка курсу в Moodle | https://moodle.chnu.edu.ua/course/view.php?id=3059 |
| Консультації | вівторок з 13.00 до 15.00 |

АНОТАЦІЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Навчальна дисципліна «Управління брендами та креатив» спрямована на формування у студентів обізнаності щодо: основних наукових теорій та досвіду передових компаній у сфері створення, позиціонування та розвитку брендів; комунікаційних складових в розвитку брендів; особливостей розвитку брендів на ринку; основних засобів захисту брендів; особливостей правових аспектів брендингу; принципів застосування креативу в брендингу.

Мета викладання дисципліни «Управління брендами та креатив» є формування у студентів навиків стратегічного та оперативного бренд-менеджменту – від оцінки конкурентних позицій бренду до розробки маркетингових та рекламних заходів у вирішенні конкретних задач брендингу.

НАВЧАЛЬНИЙ КОНТЕНТ ОСВІТНЬОЇ КОМПОНЕНТИ

| НАЗВА ТЕМ | |
|---------------|---|
| Тема 1 | Управління брендами та креатив. Визначення категорій. |
| Тема 2 | Управління брендами та креатив у системі внутрішньо-фірмового менеджменту |
| Тема 3 | Стратегічне управління брендами |
| Тема 4 | Управління портфелем брендів |
| Тема 5 | Інтернет-брендинг та креатив |
| Тема 6 | Інтегровані бренд-комунікації та креатив |
| Тема 7 | Капіталізація бренду |
| Тема 8 | Захист брендів |

ОСВІТНІ ТЕХНОЛОГІЇ, ФОРМИ ТА МЕТОДИ МЕТОДИ НАВЧАННЯ

У процесі вивчення навчальної дисципліни використовуються інноваційні

освітні технології: словесні методи (лекція, дискусія, бесіда, консультація тощо); бізнес-кейси (індивідуальні або командні); ділові гри; проектні завдання (індивідуальні та командні проекти); методи візуалізації результатів (презентації результатів виконаних завдань, ілюстрації, відеоматеріали тощо); самостійна робота над індивідуальним завданням; робота в майстернях (дизайнерських програмах); тренінги, коучі, майстер-класи від запрошених стейкхолдерів; підготовка проектів для участі у студентських конкурсах та фестивалях з реклами; інтерактивні технології; оцінювання знань через тести або практичні завдання; неформальна освіта, участь у онлайн-курсах, вебінарах або самостійне вивчення актуальних маркетингових трендів; пітчінг перед однокурсниками, викладачами чи стейкхолдерами; інші види індивідуальних та групових завдань.

ФОРМИ Й МЕТОДИ КОНТРОЛЮ ТА ОЦІНЮВАННЯ

Поточний контроль: презентація самостійних робіт за індивідуальними завданнями; захист бізнес-кейсів, результатів досліджень; аналітичні звіти, реферати; презентації результатів виконання завдань; презентація творчих завдань; командні результати ділових ігор; командні результати проектних завдань; участь виконаних проектів в студентських конкурсах та фестивалях з реклами; оцінювання наукових чи практичних матеріалів, підготовлених для конференцій чи публікацій; зарахування результатів неформальної освіти, оцінювання сертифікатів онлайн-курсів, участі у вебінарах чи інших формах неформального навчання, пов'язаних із маркетингом; оцінювання презентацій у форматі пітчінгу перед викладачами чи стейкхолдерами для розвитку комунікаційних навичок; виконання практичних маркетингових завдань у реальних або змодельованих умовах.

Підсумковий контроль – екзамен.

КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ

Оцінювання програмних результатів навчання здобувачів освіти здійснюється за шкалою європейської кредитно-трансферної системи (ECTS).

Критерієм успішного оцінювання є досягнення здобувачем вищої освіти мінімальних порогових рівнів (балів) за кожним запланованим результатом навчання

ПОЛІТИКА ЩОДО АКАДЕМІЧНОЇ ДОБРОЧЕСНОСТІ

Дотримання політики щодо академічної доброчесності учасниками освітнього процесу при вивченні навчальної дисципліни регламентовано такими документами:

- ✓ «Етичний кодекс Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича https://www.chnu.edu.ua/media/jxdfs0zb/etychnyi_kodeks-chernivets_koho-natsionalnoho-universytetu.pdf ;
- ✓ «Положенням про виявлення та запобігання академічного плагіату у Чернівецькому національному університету імені Юрія Федьковича»: https://www.chnu.edu.ua/media/vupnho4k/polozhennya_pro-zapobihannia-plahiatu_2024.pdf

Детальна інформація щодо вивчення курсу «Управління брендами та креатив» висвітлена у робочій програмі навчальної дисципліни
<https://drive.google.com/drive/u/0/folders/1sMJSQ82IfK7O8KZVggzVFed67CdvFkgT>