

Кафедра маркетингу

«ЗАТВЕРДЖЕНО»

В.о. завідувача кафедри

Пілова К.П. _____

« ____ » _____ 20__ року

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
«БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТ»

Галузь знань	07 Управління та адміністрування
Спеціальність	075 Маркетинг
Освітній рівень.....	магістр
Освітньо-професійна програма	Маркетинг
Статус	обов'язкова
Загальний обсяг	4 кредити ЄКТС (120 годин)
Форма підсумкового контролю	екзамен
Термін викладання	1-й семестри
Мова викладання	українська

Викладачі: доц. Шинкаренко Н.В. _____

Пролонговано: на 20__/20__ н.р. _____ (_____) «__» 20__ р.
(підпис, ПІБ, дата)

на 20__/20__ н.р. _____ (_____) «__» 20__ р.
(підпис, ПІБ, дата)

Дніпро
НТУ «ДП»
2019

Робоча програма навчальної дисципліни «Бренд-менеджмент» для магістрів спеціальності 075 «Маркетинг» / Нац. техн. ун-т. «Дніпровська політехніка», каф. маркетингу. – Д. : НТУ «ДП», 2019. – 13 с.

Розробник – Шинкаренко Н.В.

Робоча програма регламентує:

- мету дисципліни;
- дисциплінарні результати навчання, сформовані на основі трансформації очікуваних результатів навчання освітньої програми;
- базові дисципліни;
- обсяг і розподіл за формами організації освітнього процесу та видами навчальних занять;
- програму дисципліни (тематичний план за видами навчальних занять);
- алгоритм оцінювання рівня досягнення дисциплінарних результатів навчання (шкали, засоби, процедури та критерії оцінювання);
- інструменти, обладнання та програмне забезпечення;
- рекомендовані джерела інформації.

Робоча програма призначена для реалізації компетентнісного підходу під час планування освітнього процесу, викладання дисципліни, підготовки студентів до контрольних заходів, контролю провадження освітньої діяльності, внутрішнього та зовнішнього контролю забезпечення якості вищої освіти, акредитації освітніх програм у межах спеціальності.

Погоджено рішенням методичної комісії спеціальності 075 Маркетинг (протокол № від _____).

Рекомендовано до видання редакційною радою НТУ «ДП» (протокол № від _____).

ЗМІСТ

1 МЕТА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ	4
2 ОЧІКУВАНІ ДИСЦИПЛІНАРНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ.....	4
3 БАЗОВІ ДИСЦИПЛІНИ	5
4 ОБСЯГ І РОЗПОДІЛ ЗА ФОРМАМИ ОРГАНІЗАЦІЇ ОСВІТНЬОГО ПРОЦЕСУ ТА ВИДАМИ НАВЧАЛЬНИХ ЗАНЯТЬ	5
5 ПРОГРАМА ДИСЦИПЛІНИ ЗА ВИДАМИ НАВЧАЛЬНИХ ЗАНЯТЬ.....	5
6 ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ	7
6.1 Шкали	7
6.2 Засоби та процедури.....	8
6.3 Критерії.....	10
7 ІНСТРУМЕНТИ, ОБЛАДНАННЯ ТА ПРОГРАМНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ	13
8 РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ.....	13

1 МЕТА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

В освітньо-професійній програмі Національного технічного університету «Дніпровська політехніка» спеціальності 075 «Маркетинг» здійснено розподіл програмних результатів навчання (ПРН) за організаційними формами освітнього процесу. Зокрема, до дисципліни В2.1 «Бренд-менеджмент» віднесено такі результати навчання:

ВР1.4	Досліджувати існуючі і створювати нові бренди, розробляти і реалізовувати стратегії бренд-комунікацій
-------	---

Мета дисципліни «Бренд-менеджмент» – формування системи знань і практичних навичок у студентів, що дозволяють розробити і оцінити ефективність бренду торгової організації.

Реалізація мети вимагає трансформації програмних результатів навчання в дисциплінарні та адекватний відбір змісту навчальної дисципліни за цим критерієм.

2 ОЧІКУВАНІ ДИСЦИПЛІНАРНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ

Згідно з визначеними загальними та фаховими компетентностями, визначеними в освітньо-професійній програмою магістра спеціальності 075 "Маркетинг", в результаті вивчення навчальної дисципліни ВР1.4 «Бренд-менеджмент», що є вибірковою дисципліною за галуззю знань, студенти мають досягнути таких дисциплінарних результатів навчання:

Шифр ПРН	Дисциплінарні результати навчання (ДРН)	
	шифр ДРН	зміст
ВР1.4	ВР1.4.1	аналізувати, розробляти та впроваджувати систему внутрішнього бренд-менеджменту
	ВР1.4.2	визначати цінності бренду та проводити дослідження ринку з метою формування цінностей бренду
	ВР1.4.3	застосовувати на практиці методи дослідження брендів, брендингу, та їх впливу на успіх продукту
	ВР1.4.4	аналізувати поведінку споживачів та формування попиту через бренди
	ВР1.4.5	використовувати навички та методики маркетингового інструментарію для формування й управління брендовим портфелем підприємства
	ВР1.4.6	розробляти стратегії просування бренду
	ВР1.4.7	розробляти систему бренд-орієнтованих інтегрованих маркетингових комунікацій
	ВР1.4.8	визначати показники оцінювання ефективності бренду

3 БАЗОВІ ДИСЦИПЛІНИ

Назва дисципліни	Здобуті результати навчання
В1.1 (м) Стратегії реклами	Розробляти і реалізовувати стратегії реклами в рамках загальної стратегії комунікації організації
Б2 (м) Поведінка споживача	Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів, оцінювати можливості переходу до клієнтоорієнтованої моделі управління організацією, розробляти і реалізовувати стратегії і програми такого переходу
	Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності виходячи з особливостей поведінки окремих груп споживачів для гнучкого адаптування до змін маркетингового середовища
Ф1 (м) Діагностування маркетингової діяльності	Демонструвати здатність оцінювати ефективність використання маркетингових ресурсів організації, виявляти наявні резерви, обґрунтовувати програми їх залучення в сферу маркетингової діяльності
	Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, що характеризують результативність такої діяльності

4 ОБСЯГ І РОЗПОДІЛ ЗА ФОРМАМИ ОРГАНІЗАЦІЇ ОСВІТНЬОГО ПРОЦЕСУ ТА ВИДАМИ НАВЧАЛЬНИХ ЗАНЯТЬ

Вид навчальних занять	Обсяг, години	Розподіл за формами навчання, години					
		денна		вечірня		заочна	
		аудиторні заняття	самостійна робота	аудиторні заняття	самостійна робота	аудиторні заняття	самостійна робота
лекційні	60	30	26	-	-	4	56
практичні	60	30	26	-	-	4	56
лабораторні	-	-	-	-	-	-	-
семінари	-	-	-	-	-	-	-
РАЗОМ	120	60	52	-	-	8	112

5 ПРОГРАМА ДИСЦИПЛІНИ ЗА ВИДАМИ НАВЧАЛЬНИХ ЗАНЯТЬ

Шифри ДРН	Види та тематика навчальних занять	Обсяг складових, години
	ЛЕКЦІЇ	30
ВР1.4.1	1. Сутність та зміст бренд-менеджменту	3
ВР1.4.2	Історія виникнення товарного позначення. Визначення поняття	

Шифри ДРН	Види та тематика навчальних занять	Обсяг складових, години
	бренд з точки зору маркетингу та психології споживача Бренд-менеджмент: поняття та сутність Класифікація брендів за: предметною спрямованістю, територіальним охопленням, сферою застосування, місцем у структурі марочного портфелю Бренд-менеджмент: поняття та сутність. Цілі, функції та завдання бренд-менеджменту. Ієрархія брендів.	
BP1.4.1 BP1.4.2 BP1.4.3	2. Роль и місце брендингу в системі маркетингових комунікацій Типологія брендів. Стратегії вибору марочних назв. Поняття про архітектуру брендингу. Створення архітектури брендів. Чинники припинення співпраці споживача з компанією. Проблеми компанії в проекції споживача	
BP1.4.4 BP1.4.6 BP1.4.7	3. Розробка та просування бренду Процес розробки бренда. Основні атрибути бренда Структура бренда: відчутні та невідчутні характеристики, раціональні та емоційні переваги Моделі створення бренда Стратегії просування брендів	3
BP1.4.2 BP1.4.3	4. Система ідентичності та індивідуальності бренда Поняття та структура ідентичності бренда - identity. Індивідуальність бренда Розробка ідентичності бренда Підходи до ідентичності бренда. Стержнева і розширена ідентичність Реалізація системи ідентичності бренда	3
BP1.4.5	5. Управління брендовим портфелем Архітектура бренда: поняття, значення. Етапи створення архітектури бренда Підходи до управління корпоративним портфелем брендів Рівні формування бренда Піраміда бренда	
BP1.4.6	6. Поняття розширення та розтягування бренду Поняття та суть розтягування та розширення бренду Товарні та зонтичні бренди Основні види розтягування бренду Основні види розширення бренду	
BP1.4.8	7. Капітал бренду Поняття активу та капіталу марки. Підходи до їх оцінювання Підходи до визначення вартості бренду. Основні складові: кількісні та якісні Кількісні параметри успіху бренду на ринку Якісні методи оцінювання бренду Оцінка рівня лояльності до бренду	
BP1.4.6 BP1.4.7	8. Сучасні комунікативні стратегії створення нових брендів Основні тенденції брендингу в сучасному світі – злиття і поглинання	

Шифри ДРН	Види та тематика навчальних занять	Обсяг складових, години
	Консолідація регіональних та національних брендів у глобальні Зміна структури споживчих потреб і підвищення рівня очікувань. Модель Піна та Гілмора «5I»: ідентифікація – інформація – уява – занурення – інтрига Стратегія розробки власних торгових марок Брендингові стратегії в умовах цифрових медіа. Соціальна відповідальність бренда	
	ПРАКТИЧНІ ЗАНЯТТЯ	30
BP1.4.1	1. Виникнення і розвиток брендингу. Сутність і зміст поняття «бренд». Класифікація брендів. Система ідентичності бренду	3
BP1.4.2	2. Структура бренду. Розробка архітектури бренду	3
BP1.4.3 BP1.4.5	3. Управління брендовим портфелем	3
BP1.4.3	4. Розробка «колеса» бренду. Модель сприйняття бренда	4
BP1.4.4 BP1.4.6 BP1.4.7	5. Розробка системи бренд-орієнтованих інтегрованих маркетингових комунікацій	3
BP1.4.3 BP1.4.4	6. Бренд країни та брендинг особистості	3
BP1.4.8	7. Методи визначення вартості бренда: кількісні методи оцінювання бренду	4
BP1.4.8	8. Якісні методи оцінювання бренду	3
BP1.4.4 BP1.4.8	9. Методи оцінки лояльності споживачів до бренда	4
	САМОСТІЙНА РОБОТА	52
	Самостійна робота – це опанування самим студентом знань з дисципліни у поза аудиторний час на підставі вивчення навчальної літератури, виконання завдань, опрацювання матеріалів лекцій та семінарів, підготовки до кейсів та ділових ігор, підготовка до контрольних робіт та екзамену.	52
	1. Читання навчальної літератури (базової та рекомендованої)	
	2. Перегляд навчальних відеоматеріалів	
	3. Виконання індивідуальних завдань	
	РАЗОМ	120

6 ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ

Сертифікація досягнень студентів здійснюється за допомогою прозорих процедур, що ґрунтуються на об'єктивних критеріях відповідно до «Положення про оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти».

Досягнутий рівень компетентностей відносно очікуваних, що ідентифікований під час контрольних заходів, відображає реальний результат навчання студента за дисципліною.

6.1 Шкали

Оцінювання навчальних досягнень студентів НТУ «ДП» здійснюється за рейтинговою (100-бальною) та інституційною шкалами. Остання необхідна (за офіційною відсутністю національної шкали) для конвертації (переведення) оцінок мобільних студентів.

Шкали оцінювання навчальних досягнень студентів НТУ «ДП»

Рейтингова	Інституційна
90...100	відмінно / Excellent
74...89	добре / Good
60...73	задовільно / Satisfactory
0...59	незадовільно / Fail

Кредити навчальної дисципліни зараховується, якщо студент отримав підсумкову оцінку не менше 60-ти балів. Нижча оцінка вважається академічною заборгованістю, що підлягає ліквідації.

6.2 Засоби та процедури

Зміст засобів діагностики спрямовано на контроль рівня сформованості знань, умінь, комунікації, автономності та відповідальності студента за вимогами НРК до 8-го кваліфікаційного рівня під час демонстрації регламентованих робочою програмою результатів навчання.

Студент на контрольних заходах має виконувати завдання, орієнтовані виключно на демонстрацію дисциплінарних результатів навчання (розділ 2).

Засоби діагностики, що надаються студентам на контрольних заходах у вигляді завдань для поточного та підсумкового контролю, формуються шляхом конкретизації вихідних даних та способу демонстрації дисциплінарних результатів навчання.

Засоби діагностики (контрольні завдання) для поточного та підсумкового контролю дисципліни затверджуються кафедрою.

Види засобів діагностики та процедур оцінювання для поточного та підсумкового контролю дисципліни подано нижче.

Засоби діагностики та процедури оцінювання

ПОТОЧНИЙ КОНТРОЛЬ			ПІДСУМКОВИЙ КОНТРОЛЬ	
навчальне заняття	засоби діагностики	процедури	засоби діагностики	процедури
лекції	контрольні завдання за кожною темою	виконання завдання під час лекцій	комплексна контрольна робота (ККР)	визначення середньозваженого результату поточних контролів; виконання ККР під час екзамену за бажанням студента
практичні	контрольні завдання за кожною темою	виконання завдань під час практичних занять		

або індивідуальне завдання або індивідуальне завдання у вигляді рефератів, аналітичних звітів, презентацій результатів виконаних завдань та досліджень	виконання завдань під час самостійної роботи	(екзамен)	
--	--	-----------	--

Під час поточного контролю лекційні заняття оцінюються шляхом визначення якості виконання контрольних конкретизованих завдань. Практичні заняття оцінюються якістю виконання контрольного або індивідуального завдання.

Якщо зміст певного виду занять підпорядковано декільком дескрипторам, то інтегральне значення оцінки може визначатися з урахуванням вагових коефіцієнтів, що встановлюються викладачем.

Студенти можуть отримати підсумкову (екзаменаційну) оцінку з дисципліни на підставі поточного оцінювання знань за умови, якщо набрана кількість балів з поточного тестування та самостійної роботи складатиме не менше 60 балів.

Види навчальної діяльності	Максимальна сума балів	Ваговий коефіцієнт при підсумковому оцінюванні
Лекції: опитування на заняттях, мініконтрольні роботи, виконання завдань	100	0,7
Практичні заняття: виконання індивідуальних завдань, усні опитування за матеріалом лекцій, групова робота, представлення доповідей, написання есе, участь в обговоренні тем семінарських занять, участь у діловій грі, контрольні роботи, колоквиум	100	0,3
Екзамен	100	1

За наявності рівня результатів поточних контролів з усіх видів навчальних занять не менше 60 балів, підсумковий контроль здійснюється без участі студента шляхом визначення середньозваженого значення поточних оцінок.

Незалежно від результатів поточного контролю кожен студент під час екзамену має право виконувати ККР, яка містить завдання, що охоплюють ключові дисциплінарні результати навчання.

Кількість конкретизованих завдань ККР повинна відповідати відведеному часу на виконання. Кількість варіантів ККР має забезпечити індивідуалізацію завдання.

Значення оцінки за виконання ККР визначається середньою оцінкою складових (конкретизованих завдань) і є остаточним.

Інтегральне значення оцінки виконання ККР може визначатися з урахуванням вагових коефіцієнтів, що встановлюється кафедрою для кожного дескриптора НРК.

6.3 Критерії

Реальні результати навчання студента ідентифікуються та вимірюються відносно очікуваних під час контрольних заходів за допомогою критеріїв, що описують дії студента для демонстрації досягнення результатів навчання.

Для оцінювання виконання контрольних завдань під час поточного контролю лекційних і практичних занять в якості критерія використовується коефіцієнт засвоєння, що автоматично адаптує показник оцінки до рейтингової шкали:

$$O_i = 100 a/m,$$

де a – число правильних відповідей або виконаних суттєвих операцій відповідно до еталону рішення; m – загальна кількість запитань або суттєвих операцій еталону.

Індивідуальні завдання та комплексні контрольні роботи оцінюються експертно за допомогою критеріїв, що характеризують співвідношення вимог до рівня компетентностей і показників оцінки за рейтинговою шкалою.

Зміст критеріїв спирається на компетентнісні характеристики, визначені НРК для магістерського рівня вищої освіти (подано нижче).

Загальні критерії досягнення результатів навчання для 8-го кваліфікаційного рівня за НРК

Інтегральна компетентність – здатність розв'язувати складні задачі і проблеми у певній галузі професійної діяльності або у процесі навчання, що передбачає проведення досліджень та/або здійснення інновацій та характеризується невизначеністю умов і вимог.

Дескриптори НРК	Вимоги до знань, умінь, комунікації, автономності та відповідальності	Показник оцінки
Знання		
♦ спеціалізовані концептуальні знання, набуті у процесі навчання та/або професійної діяльності на рівні новітніх досягнень, які є основою для оригінального мислення та інноваційної діяльності, зокрема в контексті дослідницької роботи;	Відповідь відмінна – правильна, обґрунтована, осмислена. Характеризує наявність: - спеціалізованих концептуальних знань на рівні новітніх досягнень; - критичне осмислення проблем у навчанні та/або професійній діяльності та на межі предметних галузей	95-100
	Відповідь містить негрубі помилки або описки	90-94
	Відповідь правильна, але має певні неточності	85-89
	Відповідь правильна, але має певні неточності й недостатньо обґрунтована	80-84
	Відповідь правильна, але має певні неточності, недостатньо обґрунтована та осмислена	74-79
	Відповідь фрагментарна	70-73
	Відповідь демонструє нечіткі уявлення студента про	65-69

Дескриптори НРК	Вимоги до знань, умінь, комунікації, автономності та відповідальності	Показник оцінки
♦ критичне осмислення проблем у навчанні та /або професійній діяльності та на межі предметних галузей	об'єкт вивчення	
	Рівень знань мінімально задовільний	60-64
	Рівень знань незадовільний	<60
Уміння		
♦ розв'язання складних задач і проблем, що потребує оновлення та інтеграції знань, часто в умовах неповної/недостатньої інформації та суперечливих вимог; ♦ провадження дослідницької та/або інноваційної діяльності	Відповідь характеризує уміння: - виявляти проблеми; - формулювати гіпотези; - розв'язувати проблеми; - оновлювати знання; - інтегрувати знання; - провадити інноваційну діяльність; - провадити наукову діяльність	95-100
	Відповідь характеризує уміння застосовувати знання в практичній діяльності з негрубими помилками	90-94
	Відповідь характеризує уміння застосовувати знання в практичній діяльності, але має певні неточності при реалізації однієї вимоги	85-89
	Відповідь характеризує уміння застосовувати знання в практичній діяльності, але має певні неточності при реалізації двох вимог	80-84
	Відповідь характеризує уміння застосовувати знання в практичній діяльності, але має певні неточності при реалізації трьох вимог	74-79
	Відповідь характеризує уміння застосовувати знання в практичній діяльності, але має певні неточності при реалізації чотирьох вимог	70-73
	Відповідь характеризує уміння застосовувати знання в практичній діяльності при виконанні завдань за зразком	65-69
	Відповідь характеризує уміння застосовувати знання при виконанні завдань за зразком, але з неточностями	60-64
	Рівень умінь незадовільний	<60
Комунікація		
♦ зрозуміле і недвозначне донесення власних висновків, а також знань та пояснень, що їх обґрунтовують, до фахівців і нефахівців, зокрема до осіб, які навчаються; ♦ використання іноземних мов у професійній діяльності	Зрозумілість відповіді (доповіді). Мова: - правильна; - чиста; - ясна; - точна; - логічна; - виразна; - лаконічна. Комунікаційна стратегія: - послідовний і несуперечливий розвиток думки; - наявність логічних власних суджень; - доречна аргументації та її відповідність відстоюваним положенням; - правильна структура відповіді (доповіді);	95-100

Дескриптори НРК	Вимоги до знань, умінь, комунікації, автономності та відповідальності	Показник оцінки
	<ul style="list-style-type: none"> - правильність відповідей на запитання; - доречна техніка відповідей на запитання; - здатність робити висновки та формулювати пропозиції; - використання іноземних мов у професійній діяльності 	
	Достатня зрозумілість відповіді (доповіді) та доречна комунікаційна стратегія з незначними хибами	90-94
	Добра зрозумілість відповіді (доповіді) та доречна комунікаційна стратегія (сумарно не реалізовано три вимоги)	85-89
	Добра зрозумілість відповіді (доповіді) та доречна комунікаційна стратегія (сумарно не реалізовано чотири вимоги)	80-84
	Добра зрозумілість відповіді (доповіді) та доречна комунікаційна стратегія (сумарно не реалізовано п'ять вимог)	74-79
	Задовільна зрозумілість відповіді (доповіді) та доречна комунікаційна стратегія (сумарно не реалізовано сім вимог)	70-73
	Задовільна зрозумілість відповіді (доповіді) та комунікаційна стратегія з хибами (сумарно не реалізовано дев'ять вимог)	65-69
	Задовільна зрозумілість відповіді (доповіді) та комунікаційна стратегія з хибами (сумарно не реалізовано 10 вимог)	60-64
	Рівень комунікації незадовільний	<60
<i>Автономність та відповідальність</i>		
<ul style="list-style-type: none"> ♦ відповідальність за розвиток професійного знання і практик, оцінку стратегічного розвитку команди; ♦ здатність до подальшого навчання, яке значною мірою є автономним та самостійним 	<p>Відмінне володіння компетенціями:</p> <ul style="list-style-type: none"> - використання принципів та методів організації діяльності команди; - ефективний розподіл повноважень в структурі команди; - підтримка врівноважених стосунків з членами команди (відповідальність за взаємовідносини); - стресовитривалість; - саморегуляція; - трудова активність в екстремальних ситуаціях; - високий рівень особистого ставлення до справи; - володіння всіма видами навчальної діяльності; - належний рівень фундаментальних знань; - належний рівень сформованості загальнонавчальних умінь і навичок 	95-100
	Упевнене володіння компетенціями автономності та відповідальності з незначними хибами	90-94
	Добре володіння компетенціями автономності та відповідальності (не реалізовано дві вимоги)	85-89
	Добре володіння компетенціями автономності та відповідальності (не реалізовано три вимоги)	80-84

Дескриптори НРК	Вимоги до знань, умінь, комунікації, автономності та відповідальності	Показник оцінки
	Добре володіння компетенціями автономності та відповідальності (не реалізовано чотири вимоги)	74-79
	Задовільне володіння компетенціями автономності та відповідальності (не реалізовано п'ять вимог)	70-73
	Задовільне володіння компетенціями автономності та відповідальності (не реалізовано шість вимог)	65-69
	Задовільне володіння компетенціями автономності та відповідальності (рівень фрагментарний)	60-64
	Рівень автономності та відповідальності незадовільний	<60

7 ІНСТРУМЕНТИ, ОБЛАДНАННЯ ТА ПРОГРАМНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

Технічні засоби навчання.

Дистанційна платформа Moodle.

8 РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ

1. Закон України «Про охорону прав на знаки для товарів і послуг» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>.
2. ІДС "Міжнародна класифікація товарів і послуг для реєстрації знаків (Ніщцька класифікація). Дев'ята редакція" [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://212.82.216.37/mktr9>. – Назва з екрана.
3. Аакер Д. Бренд-лидерство: новая концепция брендинга: [текст] /. Аакер, Э. Йохимштайлер; пер. с англ. Н.В. Кияченко, А.Н. Москвичева, Ю.А. Быстрова. – М.: Изд. дом Гребенникова, 2013. – 374 с.
4. Балабанова Л.В. Бренд-менеджмент підприємств на основі маркетингу: [навч. посібник] / Л.В. Балабанова, Я.В. Приходченко. – Донецьк : ДонНУЕТ, 2011. – 287 с.
5. Кендюхов О.В. Бренд-менеджмент: [навч. посібник] / О.В. Кендюхов, К.Ю. Ягельська, Д.С. Файвішенко. – Донецьк: ДонНТУ, 2013. – 459 с.
6. Мороз О.В. Теорія сучасного брендингу: [монографія] / О.В. Мороз. – Вінниця: Універсум „Вінниця”, 2013. – 104 с.
7. Струтинська І.В. Бренд-менеджмент: теорія і практика .- навч. посібник/ укл.: І. В. Струтинська. – Тернопіль: Принт-офіс, 2015. – 204 с.
8. Шевченко О.Л. Бренд-менеджмент К.: КНЕУ, 2010. —400 с.
9. Яцишина Л.К. Бренд-менеджмент: [навч. посібник] / Л.К. Яцишина, Ю.В. Зимбалева, О.А. Виноградов. – К.: КНУТД, 2011. – 102 с.
10. Бренд & Брендінг. Можливості та небезпеки [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: http://uam.in.ua/ukr/content/mark_osvita/trenings/04_brand_and_brending.php

- 11.Пуртов А. Джек Траут о стратегии брендинга / А. Пуртов.–
[Электронный ресурс].– Режим доступа:
<http://forinsurer.com/public/06/09/05/2548>. – Назва з екрана.
- 12.[http:// www. rprg.ru](http://www.rprg.ru) – сайт дослідницької групи RPRG.

Навчальне видання

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
«Бренд-менеджмент»

Розробник: Шинкаренко Наталія Валентинівна

Редактор: Т.В. Куваєва

Підписано до друку _____. Формат 30 × 42/4.
Папір офсетний. Ризографія. Ум. друк. арк. 1,25.
Обл.-вид. арк. 1,25. Тираж 100 прим. Зам._____.

Підготовлено до виходу в світ
у Національному технічному університеті
«Дніпровська політехніка».
Свідоцтво про внесення до Державного реєстру ДК № 1842
4960050, м. Дніпро, просп. Д. Яворницького, 19