

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Брендинг у креативних індустріях

Статус дисципліни – вільного вибору здобувача вищої освіти.

Викладач кафедри маркетингу та комунікаційного дизайну: Зимбалецька Ю.В. доцент.

Рекомендовано – другий (магістерський) рівень вищої освіти.

Необхідні навчальні компоненти (пререквізити, кореквізити, постреквізити): бренд-орієнтовне управління; рекламний менеджмент, інноваційний маркетинг; ділова іноземна мова.

1. Анотація курсу:

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

Мета курсу – оволодіння компетентностями щодо функціонування процесів брендингу на підприємствах креативних індустрій; сформувати навички забезпечення ефективності процесів та вирішення завдання брендингу за допомогою новітніх методів та інструментів; розвинути здатність до творчого пошуку напрямів та резервів удосконалення процесів брендингу на підприємствах креативних індустрій.

Результати навчання дисципліни:

знати: практичні складові елементи системи брендингу; вітчизняну та закордонну законодавчу базу з питань брендингу; методичні підходи до формування бренд-орієнтованої системи інтегрованих маркетингових комунікацій підприємств креативних індустрій; теоретико-методологічні положення щодо використання вартісно-орієнтованого підходу до оцінки капіталу бренду підприємств креативних індустрій;

вміти: працювати в групі з планування та регулювання системи брендингу; обирати альтернативні моделі формування та розвитку бренду підприємств креативних індустрій; визначати економічну та соціальну ефективність брендингу;

здатен продемонструвати: взаємодію в групі щодо організації та забезпечення функціонування системи брендингу підприємств креативних індустрій; навички із застосування матричного методу, що дозволяє визначати стратегії розвитку бренд-портфеля підприємства на підставі порівняння темпів приросту продажів окремих брендів та ринку в цілому; навички з визначення сили бренду шляхом оцінювання ефективності комунікації бренду з цільовою аудиторією, що дозволяє сформувати рекомендації стосовно розміру преміальної націнки до собівартості брендового товару з метою оптимізації фінансових результатів діяльності підприємств креативних індустрій;

володіти навичками: вибору заходів досягнення цілей та інструменти оптимальної бренд-орієнтованої маркетингової стратегії на основі існуючих концептуальних положень; прийняття раціональних рішень з управління брендом підприємств креативних індустрій за результатами аналітичної діяльності та маркетингових досліджень; розробки практичних рекомендацій щодо збільшення показника капіталу бренду;

самостійно вирішувати: задачі дослідження комунікаційних особливостей брендів; проблеми та питання формування, розвитку та управління брендом підприємств креативних індустрій.

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

Форми 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 вищої освіти

Поточне оцінювання та самостійна робота						МК	Сума
T1	T2	T3	T4	T5	T6		
10	10	10	10	10	10	40	100

Розподіл балів з дисципліни

Види робіт, що оцінюються в балах	T1	T2	T3	T4	T5	T6	Усього
Виступ на практичному занятті або захист практичної роботи	10	10	10	10	10	10	60
Модульний контроль	40						40
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 вищої освіти, 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, використані методики досліджень і джерела інформації.

3.2 Допускається визнання результатів навчання, отриманих у неформальній освіті до 10 балів за проходження спеціалізованих курсів.

3.3 Для отримання позитивної оцінки з дисципліни необхідно отримати мінімальну кількість балів за кожний вид роботи, що оцінюються в балах.

3.4 В разі несвоєчасного виконання робіт знімаються бали згідно з тривалістю термінів затримки.

3.5 Перенесення терміну здачі робіт/перездача:

- з поважних причин (лікарняний, академічна мобільність).

- без поважних причин оцінюється зі зниженням балів.

3.6 При виявленні плагіату контрольні роботи не зараховуються і надається нова тема роботи.

3.7 Пропущені заняття відпрацьовуються у відповідності з графіком відпрацювання у другу половину дня.

3.8 Оскарження оцінювання здійснюється на підставі заяви декану факультету шляхом створення на кафедрі комісії у складі завідувача та двох викладачів кафедри.