

ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД УКООПСІАКИ
«ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ»
Навчально-науковий інститут денної освіти
Кафедра міжнародної економіки та міжнародних економічних відносин

СИЛАБУС
навчальної дисципліни
«Глобальний бренд-менеджмент»
на 2022-2023 навчальний рік

Курс та семестр вивчення	1 курс
Освітня програма/спеціалізація	«Міжнародні економічні відносини»
Спеціальність	292 Міжнародні економічні відносини
Галузь знань	29 Міжнародні відносини
Ступінь вищої освіти	магістр

ПІБ НПП, який веде дану дисципліну,
науковий ступінь і вчене звання,
посада

Туль Світлана Іванівна
к.е.н., доцент
доцент міжнародної економіки та міжнародних
економічних відносин

Контактний телефон	+38 0532 50-91-68
Електронна адреса	puet.me@gmail.com
Розклад навчальних занять	http://schedule.puet.edu.ua/
Консультації	очна: пн-пт, 17.05-18.25 он-лайн: електронною поштою, пн-пт, 17.05-18.25
Сторінка дистанційного курсу	https://el.puet.edu.ua/

Опис навчальної дисципліни

Мета вивчення навчальної дисципліни	Набуття майбутніми фахівцями теоретичних знань і практичних навичок з управління глобальним та національним брендом: створення бренду, неймінг, бренд-імідж і фірмовий стиль, архітектура брендів, стратегії розвитку бренду, методи просування бренду, особливості інтернет-брендингу, оцінка марочного капіталу й аудит бренду.
Тривалість	5 кредитів ЄКТС/150 годин (лекції 20 год., практичні заняття 40 год., самостійна робота 90 год.)
Форми та методи навчання	Форми: лекції та практичні заняття в аудиторії, самостійна робота поза розкладом. Методи: ділові, симуляційні ігри, метод генерації ідей, метод кейсів, метод проєктів.
Система поточного та підсумкового контролю	Поточний контроль: відвідування занять, захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань (робота в малих групах; розв'язання ситуаційних завдань (case studies); підготовка та захист проєктів); завдання самостійної роботи; тестування; поточна модульна робота Підсумковий контроль: ПМК
Базові знання	Наявність широких знань з глобальної економіки, управління міжнародною конкурентоспроможністю.
Мова викладання	Українська, англійська

Перелік компетентностей, які забезпечує дана навчальна дисципліна, програмні результати навчання

Програмні результати навчання	Компетентності, якими повинен оволодіти здобувач
<ul style="list-style-type: none"> мати необхідні для професійної діяльності знання та навички з ділових комунікацій у сфері міжнародних економічних відносин, а також ефективно спілкуватися на професійному та соціальному рівнях, включаючи усну та письмову комунікацію іноземною мовою/іноземними мовами (РН 1); систематизувати, синтезувати й упорядковувати 	<ul style="list-style-type: none"> здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел (ЗК 3); здатність працювати в команді (ЗК 4); здатність проведення досліджень на відповідному рівні (ЗК 5); здатність приймати обґрунтовані рішення щодо налагодження міжнародних економічних відносин на всіх

Програмні результати навчання	Компетентності, якими повинен оволодіти здобувач
<p>отриману інформацію, ідентифікувати проблеми, формулювати висновки і розробляти рекомендації, використовуючи ефективні підходи та технології, спеціалізоване програмне забезпечення з метою розв'язання складних задач практичних проблем з урахуванням крос-культурних особливостей суб'єктів міжнародних економічних відносин (РН 3);</p> <ul style="list-style-type: none"> • приймати обґрунтовані рішення з проблем міжнародних економічних відносин за невизначених умов і вимог (РН 4); • здійснювати моніторинг, аналіз, оцінку діяльності глобальних фірм (корпорацій, стратегічних альянсів, консорціумів, синдикатів, трастів тощо) з метою ідентифікації їхніх конкурентних позицій та переваг на світових ринках (РН 9). 	<p>рівнях їх реалізації. (СК 1);</p> <ul style="list-style-type: none"> • здатність оцінювати масштаби діяльності глобальних фірм та їхні позиції на світових ринках (СК 4).

Тематичний план навчальної дисципліни

Назва теми	Види робіт	Завдання самостійної роботи у розрізі тем
Модуль 1. Сучасний концептуальний підхід до формування глобальних брендів		
Тема 1. Сутність глобального бренду та розвиток бренд-менеджменту	Відвідування занять; захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань (робота в малих групах; розв'язання ситуаційних завдань (case studies); підготовка та захист проєктів); завдання самостійної роботи; тестування	Підготувати презентацію на тему: «Успішні приклади створення глобальних брендів».
Тема 2. Проектування глобальних брендів	Відвідування занять; захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань (робота в малих групах; розв'язання ситуаційних завдань (case studies); підготовка та захист проєктів); завдання самостійної роботи; тестування	Підготувати міні-проєкт на тему: 1. Методика і практика розробки глобального бренду. 2. Неймінг та розробка візуальних атрибутів бренду.
Тема 3. Міжнародна та національна реєстрація торгової марки	Відвідування занять; захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань (робота в малих групах; розв'язання ситуаційних завдань (case studies); підготовка та захист проєктів); завдання самостійної роботи; тестування	Підготувати дорожню карту: «Процедура та вартість міжнародної та національної реєстрації торгової марки».
Тема 4. Архітектура глобальних брендів	Відвідування занять; захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань (робота в малих групах; розв'язання ситуаційних завдань (case studies); підготовка та захист проєктів); завдання самостійної роботи; тестування	Підготувати міні-проєкт на тему: «Портфель глобальних брендів ТНК: формування та управління».
Модуль 2. Управління глобальними брендами		
Тема 5. Стратегія розвитку глобальних брендів	Відвідування занять; захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань (робота в малих групах; розв'язання ситуаційних завдань (case studies); підготовка та захист проєктів); завдання самостійної роботи; тестування	Підготувати міні-проєкт на тему: «Стратегія розвитку міжнародного бренду на ринках приймаючих країн».
Тема 6. Просування	Відвідування занять; захист домашнього	Підготувати дорожню карту: «Просування

Назва теми	Види робіт	Завдання самостійної роботи у розрізі тем
глобальних брендів	завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань (робота в малих групах; розв'язання ситуаційних завдань (case studies); підготовка та захист проєктів); завдання самостійної роботи; тестування; поточна модульна робота	глобальних брендів у цифровому середовищі.
Тема 7. Фінансова оцінка та облік глобальних брендів	Відвідування занять; захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань (робота в малих групах; розв'язання ситуаційних завдань (case studies); підготовка та захист проєктів); завдання самостійної роботи; тестування; поточна модульна робота	Підготувати презентацію на тему: «Методики оцінювання вартості брендів ТНК».
Тема 8. Національний брендинг: досвід країн світу	Відвідування занять; захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань (робота в малих групах; розв'язання ситуаційних завдань (case studies); підготовка та захист проєктів); завдання самостійної роботи; тестування; поточна модульна робота	Підготувати презентацію на тему: «Україна в глобальному інформаційному просторі: маркетинг територій та національні бренди».

Інформаційні джерела

1. Бренд-менеджмент : навч. посіб. для здобувачів освітньої програми «Промисловий маркетинг» спеціальності 075 «Маркетинг» другого (магістерського) рівня вищої освіти / Н. В. Юдіна ; Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2020. 114 с.
2. Бренд-менеджмент: теорія і практика : навч. посібник / укл.: І. В. Струтинська. Тернопіль: Принт-офіс, 2015. 204 с.
3. Григорчук Т.В. Брендинг : навчальний посібник [для дистанційного навчання]. Київ : КНУКіМ, 2019. 163 с. URL: <https://sites.google.com/site/brendingsoccult/%D0%B4%D0%BE%D0%BC%D0%B0%D1%88%D0%BD%D1%8F-%D1%81%D1%82%D0%BE%D1%80%D1%96%D0%BD%D0%BA%D0%B0-%D0%BF%D0%BE%D1%81%D1%96%D0%B1%D0%BD%D0%B8%D0%BA%D0%B0?authuser=0>
4. Міжнародний маркетинг : навч. посіб. / [Т. В. Князєва, Ю. П. Колбушкін, С. В. Петровська та ін.]. Київ : НАУ, 2019. 164 с.
5. Міжнародний маркетинг : підручник / [А. А. Мазаракі, Т. М. Мельник, Л. П. Кудирко та ін.]; за ред. А. А. Мазаракі, Т. М. Мельник. Київ : КНТЕУ, 2018. 448 с.
6. Смерічевський С.Ф., Петропавловська С.Є., Радченко О.А. Бренд-менеджмент: навчальний посібник. К. : НАУ, 2019. 156 с. URL: https://er.nau.edu.ua/bitstream/NAU/43488/1/%d0%91%d0%a0%d0%95%d0%9d%d0%94%20%d0%9c%d0%95%d0%9d%d0%95%d0%94%d0%96%d0%9c%d0%95%d0%9d%d0%a2_2019_%d0%9f%d0%9e%d0%a1%d0%86%d0%91%d0%9d%d0%98%d0%9a.pdf
7. Best Global Brand 2020 Report. Interbrand, 2020. 24 p. URL: <https://interbrand.com/thinking/best-global-brands-2020-download/>
8. Branding and extroversion handbook: a guide for SMEs / Z. Rącz-Molnár, V. Karpenisi, A. Tsaltampasi, G. Giorgakis, A. Liopetriiti, S. Modestini. European Commission, 2015. 76 p. URL: [https://ec.europa.eu/programmes/erasmus-plus/project-result-content/aada0b7a-192b-4d28-9b37-a59a1e6f2dfe/Branding%20EU%20Handbook%20EN%20\(A5\).pdf](https://ec.europa.eu/programmes/erasmus-plus/project-result-content/aada0b7a-192b-4d28-9b37-a59a1e6f2dfe/Branding%20EU%20Handbook%20EN%20(A5).pdf)
9. Minsky L., Geva I. Global Brand Management: A Guide to Developing, Building & Managing an International Brand. Kogan Page, 2019. 328 p.
10. Nation Brands 2020. The annual report on the most valuable and strongest nation brands. Brand Finance Plc, 2020. 40 p. URL: <https://brandirectory.com/download-report/brand-finance-nation-brands-2020-preview.pdf>
11. Steenkamp J.-B. Global Brand Strategy. World-wise Marketing in the Age of Branding. Palgrave Macmillan UK, 2017. 319 p.

Програмне забезпечення навчальної дисципліни

- Пакет програмних продуктів Microsoft Office.
- Крос-платформний сервіс для растрового графічного дизайну Canva.

Політика вивчення навчальної дисципліни та оцінювання

- Політика щодо термінів виконання та перескладання: завдання, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку (75 % від можливої максимальної кількості балів за вид діяльності). Перескладання модулів відбувається із дозволу провідного викладача за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний).

- Політика щодо академічної доброчесності: студенти мають свідомо дотримуватися «Положення про академічну доброчесність» (http://puet.edu.ua/sites/default/files/polozhennya_pro_akademichnu_dobrochesnist_2020.pdf); списування під час виконання поточних модульних робіт та тестування заборонено (в т. ч. із використанням мобільних девайсів). Мобільні пристрої дозволяється використовувати лише під час он-лайн тестування та підготовки практичних завдань в процесі заняття.
- Політика щодо відвідування: відвідування занять є обов'язковим компонентом. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, працевлаштування, стажування) навчання може відбуватись в он-лайн формі (Moodle) за погодженням із провідним викладачем.
- Політика зарахування результатів неформальної освіти:
<http://puet.edu.ua/uk/neformalna-osvita>;
Положення про порядок зарахування результатів неформальної освіти
http://puet.edu.ua/sites/default/files/polozhennya_pro_zarahuvannya_rezultativ_neformalnoyi_osvity.pdf

Оцінювання

Підсумкова оцінка за вивчення навчальної дисципліни розраховується через поточне оцінювання

Види робіт	Максимальна кількість балів
Модуль 1 (теми 1-4): відвідування занять (10 балів); захист домашнього завдання (6 балів); обговорення матеріалу занять (6 балів); виконання навчальних завдань (6 балів); завдання самостійної роботи (6 балів); тестування (6 балів); поточна модульна робота (10 балів)	50
Модуль 2 (теми 5-8): відвідування занять (10 балів); захист домашнього завдання (6 балів); обговорення матеріалу занять (6 балів); виконання навчальних завдань (6 балів); завдання самостійної роботи (6 балів); тестування (6 балів); поточна модульна робота (10 балів)	50
Разом	100

Шкала оцінювання здобувачів вищої освіти за результатами вивчення навчальної дисципліни

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка за шкалою ЄКТС	Оцінка за національною шкалою
90-100	A	Відмінно
82-89	B	Дуже добре
74-81	C	Добре
64-73	D	Задовільно
60-63	E	Задовільно достатньо
35-59	FX	Незадовільно з можливістю повторного складання
0-34	F	Незадовільно з обов'язковим повторним вивченням навчальної дисципліни