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

СИЛАБУС

навчальної дисципліни

«Глобальний бренд-менеджмент»

на 2026-2027 навчальний рік

Курс та семестр вивчення	1 курс / 2 семестр
Освітня програма/спеціалізація	«Міжнародні економічні відносини»
Спеціальність	С1 Економіка та міжнародні економічні відносини
Галузь знань	С Соціальні науки, журналістика, інформація та міжнародні відносини
Ступінь вищої освіти	магістр

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

Флегантова Анна Леонідівна
к.е.н., доцент
доцент кафедри міжнародної економіки та міжнародних економічних відносин

Контактний телефон	+380661046294
Електронна адреса	anna.flegantova@gmail.com
Розклад навчальних занять	http://schedule.puet.edu.ua/
Консультації	очна http://www.me.puet.edu.ua/ он-лайн: електронною поштою, пн-пт з 10.00-17.00
Сторінка дистанційного курсу	https://www2.el.puet.edu.ua/st/course/view.php?id=3893

Опис навчальної дисципліни

Мета вивчення навчальної дисципліни	Набуття майбутніми фахівцями теоретичних знань і практичних навичок з управління глобальним, національним та персональним брендами, візуалізації та просування бренду у різних країнах світу.
Тривалість	5 кредитів ЄКТС/150 годин (лекції 20 год., практичні заняття 40 год., самостійна робота 90 год.)
Форми та методи навчання	Лекції та практичні заняття в аудиторії, самостійна робота поза розкладом
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; підготовка та захист проєктів); завдання самостійної роботи; тестування; поточна модульна робота Підсумковий контроль: залік
Базові знання	Наявність широких знань з глобальної економіки, управління міжнародною конкурентоспроможністю.
Мова викладання	Українська

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

Програмні результати навчання	Компетентності, якими повинен оволодіти здобувач
• 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	• 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
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); • 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).	рівнях їх реалізації. (СК 1); • 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. Основи глобального бренд-менеджменту		
Тема 1. Бренд і торговельна марка. Сутність понять. Особливості, спільні риси та відмінності	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	Дати відповідь на запитання: 1. Назвати декілька спільних рис поняття «торгова марка» та поняття «бренд». 2. Назвати декілька відмінних рис поняття «торгова марка» та поняття «бренд». 3. Назвати приклади торгових марок і брендів. 4. Чи може торгова марка існувати окремо від бренду? 5. Чи може бренд існувати окремо від торгової марки?
Тема 2. Юридичні аспекти торговельної марки на глобальному ринку	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	Дати відповідь на запитання: 1. Якщо б вам необхідно було зареєструвати торгову марку для того щоб займатися бізнесом у країнах Європи, який би шлях ви обрали – реєструвати марку окремо в кожній країні чи зареєструвати міжнародну торгову марку? Поясніть ваш вибір. 2. Які існують ризики для бізнесу, якщо розвивати бренд компанії, але не реєструвати торгову марку? 3. Що таке Мадридська система реєстрації торгових марок і які її особливості? 4. Які складнощі можуть виникнути, якщо реєструвати торгову марку у кожній країні окремо?
Тема 3. Персональний бренд та його вплив на розвиток бізнесу на глобальному ринку	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	Дати відповідь на запитання: 1. Що таке персональний бренд? 2. Чи обов'язково на вашу думку власникам великого бізнесу розвивати персональний бренд? 3. Які є переваги існування персонального бренду для власника бізнесу? 4. Які є недоліки існування персонального бренду для власника бізнесу? 5. Назвіть декілька прикладів персональних брендів, які успішно впливали/впливають на

Назва теми	Види робіт	Завдання самостійної роботи у розрізі тем
		бізнес.
Модуль 2. Візуалізація і просування глобального бренду у різних країнах світу		
Тема 4. Особливості візуалізації бренду на глобальному ринку	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	Дати відповідь на запитання: 1. Які кольори в логотипах компаній найбільш розповсюджені (в усіх сферах)? 2. Які кольори в логотипах компаній найменш розповсюджені (в усіх сферах)? 3) поділити компанії по сферам діяльності і дослідити кольори логотипів (візуалізації) у цих сферах. Сфери: креативні індустрії, автомобільна, фаст-фуд, спорт, б'юті-індустрія, одяг... 4. Обрати два брендбуки відомих брендів із різних сфер діяльності і знайти їх спільні і відмінні риси 5. Обрати декілька компаній для аналізу їхніх брендбуків. Яка візуалізація вам подобається найбільше за критерієм відповідності діяльності компанії та поданої візуалізації у брендбуці?
Тема 5. Просування бренду на глобальному ринку	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	Дати відповідь на запитання: 1. Що ви розумієте під поняттям «просування» бренду? 2. Чи є якісь відмінності між просуванням брендів на глобальному ринку і на ринках інших рівнів? Які саме? 3. На вашу думку великим корпораціям так само важливо просування, як і менш масштабним компаніям чти ні? І Чому? 4. Які існують основні методи просування брендів?
Тема 6.Культурні особливості різних країн світу і брендинг	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	Дати відповідь на запитання: 1. Як саме можна використовувати культурні особливості різних країн для просування глобального бренду? 2. На які саме культурні особливості різних країн варто необхідно звертати увагу? 3. Подивіться рекламу компанії KFC в Африці і в США. Перерахуйте їх основні спільні риси та відмінні риси (можна обрати іншу компанію та інші країни). 4. Подивіться рекламу компанії Lego в Україні і в Китаї. Перерахуйте їх основні спільні риси та відмінні риси (можна обрати іншу компанію та інші країни).
Тема 7. Бренд країни і його вплив на ведення бізнесу на глобальному ринку	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	Дати відповідь на запитання: 1. Що таке бренд країни? 2. Що саме впливає на бренд країни? 3. Як саме бренд країни може впливати на бренди компаній, які походять з цієї країни? 4. Наведіть приклади позитивного впливу бренду країни на бренди компаній. 5. Наведіть приклади негативного впливу бренду країни на бренди компаній. 6. Наведіть приклади країн і асоціацій до них.

Інформаційні джерела

1. Flehantova Anna, Robert Nyamekye Five Forces Analysis of Top Three Brands in Sportswear Проблеми обліково-аналітичного забезпечення управління підприємницькою діяльністю : матеріали II Міжнар. наук.-практ. конф., присвяченої 100-річчю Полтавської державної аграрної академії (м. Полтава, 23 квітня 2020 р.). Полтава, 2020. С. 246-248.

2. Flehantova Anna, Kupriienko Yevheniia Statistical Analysis of the Impact of Branding and Marketing on the Competitiveness of TNCs in the Global Clothing Market (based on the materials of Zara, Nike, Dior, Prada Companies). *Здобутки економіки: перспективи та інновації*. 2024. № 7. URL: https://doi.org/10.5281/zenodo.13253506

3. Kupriienko Yevheniia, Flehantova Anna Application of SWOT-analysis in Branding and Marketing of TNCs in the Global Clothing Market (based on the Materials of Zara, Nike, Dior, Prada Companies). *Здобутки економіки: перспективи та інновації*. 2024. № 8. URL: https://doi.org/10.5281/zenodo.13253487

4. Kupriienko Yevheniia, Flehantova Anna Price And Quality As The Main Factors Of Influence On The Competitiveness Of Companies On The Global Clothing Market. The Latest Trends and Transformation of Modern Scientific Research : XXXVI International scientific and practical conference (Porto, Portugal, August 28-30, 2024). Porto, 2024. P. 21-24.

5. Флегантова А.Л. Маркетинговий аналіз діяльності «The Walt Disney Company» на ринку креативних індустрій. *Scientific multidisciplinary monograph «education and science in the context of global changes»*. 2025. P. 269-281.

6. Flehantova Anna Innovations and its Impact on the Competitiveness of TNCs on the Creative Industries Market (on the Example of the «Walt Disney Company»). *Підприємництво і торгівля*. 2023. № 37. С. 93-98.

7. Flehantova Anna, Bender Kateryna Forecasting the Competitiveness of Companies in the Context of Economic Globalization. *Бізнес-навігатор*. 2025. № 4 (81). С. 275-281.

8. Флегантова, А., Бендер, К. Analysis of Companies' Competitiveness in the Global Market. *Сталий розвиток економіки*. 2025. №4 (55). С. 70-78.

Програмне забезпечення навчальної дисципліни

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

Політика вивчення навчальної дисципліни та оцінювання

Політика оцінювання здобувачів вищої освіти. 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).

Положення про організацію освітнього процесу https://puet.edu.ua/wp-content/uploads/2023/06/polozhennya-pro-organizacziyu-osvitnogo-proczesu.pdf.

Положення про порядок та критерії оцінювання знань, вмінь та навичок здобувачів вищої освіти https://puet.edu.ua/wp-content/uploads/2023/07/polozh_por_kryt_ocinyuvannya.pdf.

Порядок ліквідації здобувачами вищої освіти академічної заборгованості https://puet.edu.ua/wp-content/uploads/2023/07/poryadok-likvidacziyi-zdobuvachamy-vyshhoyi-osvity-akademichnoyi-zaborgovanosti.pdf.

Положення про повторне навчання https://puet.edu.ua/wp-content/uploads/2023/07/poloz_pro-povt-navch.pdf.

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 щодо академічної доброчесності. Студенти мають свідомо дотримуватися «Положення про академічну доброчесність»; 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.

В ПУЕТ діють:

Кодекс честі студента https://puet.edu.ua/wp-content/uploads/2023/07/kodeks_chesti_studenta.pdf.

Положення про академічну доброчесність https://puet.edu.ua/wp-content/uploads/2023/07/polozh_akadem_dobrochesnist.pdf.

Положення про запобігання випадків академічного плагіату https://puet.edu.ua/wp-content/uploads/2023/07/polozhennya-pro-zapobigannyavypadkam-akademichnogo-plagiatu.pdf.

Політика визнання результатів навчання визначена такими документами:

Положення про порядок перезарахування результатів навчання, здобутих в іноземних та вітчизняних закладах освіти https://puet.edu.ua/wp-content/uploads/2023/07/polozh_por_perezarah_rez_zvo.pdf.

Положення про академічну мобільність здобувачів вищої освіти https://puet.edu.ua/wp-content/uploads/2023/07/polozha_pro_akademichnu_mobilnist.pdf.

Положення про порядок визнання результатів навчання здобутих шляхом неформальної та/або інформальної освіти

https://puet.edu.ua/wp-content/uploads/2023/07/polozhennya-pro-poryadok-vyznannya-rezultativ-navchannya-zdobutyh-shlyahom-neformalnoyi-ta-abo-informalnoyi-osvity.pdf; *інфографіка* (розділ Освіта/Організація освітнього процесу/Неформальна освіта) https://puet.edu.ua/neformalna-osvita. Визнанню можуть підлягати результати навчання, отримані у неформальній освіті, що за тематикою, обсягом вивчення та змістом відповідають як навчальній дисципліні в цілому, так і її окремому розділу, темі (темам), індивідуальному завданню, які передбачені робочою програмою (силабусом) даної навчальної дисципліни.

Політика вирішення конфліктних ситуацій:

Положення про правила вирішення конфліктних ситуацій https://puet.edu.ua/wp-content/uploads/2023/07/polozhennya-pro-pravyla-vyrishennya-konfliktnyh-sytuaczij-u-puet.pdf.

Положення про апеляцію результатів підсумкового контролю у формі екзамену https://puet.edu.ua/wp-content/uploads/2023/07/poloz_pro-apel_pidscontr.pdf.

уповноважена особа з питань запобігання та виявлення корупції https://puet.edu.ua/zapobigannya-ta-protidiya-korupciyi.

Політика підтримки учасників освітнього процесу:

Психологічна служба: http://puet.edu.ua/psyhologichna-pidtrymka-v-puet.

Студентський омбудсмен (Уповноважений з прав студентів) ПУЕТ http://puet.edu.ua/other-divisions/studentskyj-ombudsmen-upovnovazhenyj-z-prav-studentiv-puet.

Уповноважений з прав корупції https://puet.edu.ua/zapobigannya-ta-protidiya-korupciyi.

Безпека освітнього середовища: Інформація про безпечність освітнього середовища ПУЕТ наведена у вкладці «Безпека життєдіяльності» http://puet.edu.ua/pro-puet/bezpeka-zhyttyediyalnosti.

Оцінювання

Підсумкова оцінка за вивчення навчальної дисципліни розраховується через поточне оцінювання

Види робіт	Максимальна кількість балів
Модуль 1 (теми 1-3): відвідування занять (5 балів); захист домашнього завдання (5 балів); обговорення матеріалу занять (10 балів); виконання навчальних завдань (10 балів); завдання самостійної роботи (5 балів); тестування (5 балів); поточна модульна робота (10 балів)	50
Модуль 2 (теми 4-7): відвідування занять (5 балів); захист домашнього завдання (5 балів); обговорення матеріалу занять (10 балів); виконання навчальних завдань (10 балів); завдання самостійної роботи (5 балів); тестування (5 балів); поточна модульна робота (10 балів)	50
Разом	100

Перелік активностей для отримання додаткових балів

Види робіт	Максимальна кількість балів
Участь у студентському науковому гуртку «Глобус»	5
Участь у наукових студентських конференціях	10
Підготовка наукового проєкту	10

Примітка: додаткові бали додаються до загальної підсумкової оцінки за вивчення навчальної дисципліни, яка не може перевищувати 100 балів.

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