

## СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «Брендинг»

<b>Галузь знань</b>		24 «Сфера обслуговування»		<b>Освітній рівень</b>	Перший (бакалаврський)
<b>Освітньо-професійні програми</b>		«Готельно-ресторанна справа»		<b>Тип дисципліни</b>	За вибором
<b>Обсяг:</b>	Кредитів ECTS	Годин	За видами занять (денна/заочна форма)		
			Лекцій	Семінарських занять	Практичних занять
	4	120	18/10	-	18
<b>Взаємозв'язок у структурно-логічній схемі</b>					
Для вивчення дисципліни здобувач має володіти знаннями та навичками з:		Маркетингу, Інформаційні системи, технології та електронна комерція			
Онлайн курси, які можуть бути корисними для попереднього вивчення та в процесі набуття компетентностей за неформальною освітою					
<b>Мета курсу:</b>	Метою викладання навчальної дисципліни «Брендинг» є формування у майбутніх фахівців теоретичних знань з дослідження іміджевого простору, набуття навичок для прийняття оптимальних управлінських рішень щодо формування бренду та його просування як в нашій країні, так і за кордоном із застосуванням сучасних PR-технологій. Вивчення навчальної дисципліни передбачає формування та розвиток у здобувачів вищої освіти компетентностей та програмних результатів навчання, що відповідають ОПП.				
<b>Компетентності, в тому числі відповідно до освітньо-професійної програми</b>					
<b>Soft- skills / Загальні компетентності (ЗК)</b>			<b>Hard-skills / Спеціальні (фахові) компетентності (СК)</b>		
ЗК 03. Здатність до пошуку, опрацювання та аналізу інформації з різних джерел. ЗК 06. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні. ЗК 07. Здатність до вироблення нових ідей (креативність). ЗК 08. Володіння навичками використання сучасного програмного забезпечення, Internet-ресурсів і роботи в комп'ютерних мережах, володіння основними методами, способами і засобами отримання, зберігання та опрацювання і використання інформації у професійній діяльності.			ФК 5. Здатність формувати та реалізовувати ефективні зовнішні та внутрішні комунікації на підприємствах сфери гостинності, навички взаємодії (робота в команді). ФК 6. Здатність управляти підприємством, приймати рішення у господарській діяльності суб'єктів готельного та ресторанного бізнесу. ФК 14. Здатність аналізувати тенденції розвитку індустрії гостинності та рекреаційного господарства. ФК 15. Здатність приймати обґрунтовані рішення.		
<b>Результати навчання (програмні результати навчання – ПРН)</b>					
ПРН 4. Показати володіння навичками використання сучасного програмного забезпечення, Internet-ресурсів і роботи в комп'ютерних мережах, володіння основними методами, способами і засобами отримання, зберігання та переробки і використання технологічної інформації у професійній діяльності. для спілкування у професійній та соціальнокультурній сферах. ПРН 24. Показати уміння здійснювати планування потреби у ресурсах (матеріальних, фінансових, трудових) у підприємствах (зкладах) готельного та ресторанного господарств, санаторно-курортних закладах.					

## ОРГАНІЗАЦІЯ НАВЧАННЯ

Тема	Вид заняття	Розподіл балів	Форми та методи навчання (форми робіт, за які здобувач отримує бали)
<b>РОЗДІЛ 1. Брендинг</b>			
Тема 1. Теоретичні засади формування бренду	Лекція 1	-	Лекція-візуалізація (Power Point)
	Практичне заняття 1	4	Дискусія
Тема 2. Сучасне середовище Брендів: економічне, правове, соціально-культурне	Лекція 2	-	Лекція-візуалізація (Power Point), тренінгові завдання
	Практичне заняття 2	8	Дискусія, тестування
Тема 3. Теоретико-методичні засади дослідження іміджу підприємств готельно-ресторанної індустрії	Лекція 3	-	Лекція-візуалізація (Power Point)
	Практичне заняття 3	8	Дискусія, тестування
<b>РОЗДІЛ 2. Технології брендингу підприємств готельно-ресторанного бізнесу</b>			
Тема 4. Маркетинг	Лекція 4	-	Лекція-візуалізація (Power Point)
	Практичне заняття 4	5	Доповідь- презентація «Передумови впровадження маркетингу на підприємствах готельно-ресторанного бізнесу»
	Лекція 5	-	Лекція-візуалізація (Power Point), тренінгові завдання
	Практичне заняття 5	5	Доповідь- презентація «Функції та алгоритми реалізації маркетингу на підприємствах готельно-ресторанного бізнесу»
Тема 5. Дослідження тенденцій і факторів розвитку брендингу на підприємствах готельно-ресторанної індустрії	Лекція 6	-	Лекція-візуалізація (Power Point)
	Практичне заняття 6	5	Доповідь- презентація «Інструменти дослідження розвитку на рівні країни та регіону»
	Лекція 7	-	Лекція-візуалізація (Power Point)
	Практичне заняття 7	5	Доповідь- презентація «Методи дослідження розвитку території» (4 бали)
Тема 6. Технологія формування бренду підприємств готельно-ресторанної індустрії.	Лекція 8	-	Лекція-візуалізація (Power Point)
	Практичне заняття 8	5	Доповідь- презентація «Брендинг на основі розвитку територіальної ідентичності»
	Лекція 9	-	Лекція-візуалізація (Power Point)
	Практичне заняття 9	5	Підготовка проекту «Види іміджу території й організаційні моделі брендингу міста»
<b>Контрольна робота</b>		<b>10</b>	
<b>Разом за роботу у семестрі</b>		<b>60</b>	
<b>Підсумковий контроль знань (екзамен)</b>		<b>40</b>	Теоретичні питання
Додаткові бали в рамках неформальної освіти		до <b>10</b>	Участь у наукових конференціях, підготовка наукових публікацій, проєктна робота тощо.

## ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

### Актуальні журнали для поглибленого вивчення дисципліни

- 1) Рейтинг країн світу за рівнем захисту прав власності  
Url: <http://gtmarket.ru/ratings/international-property-right-index/info>.
- 2) Сайт портала zn.ua  
Url: [http://zn.ua/ECONOMICS/v-reytinge-ekonomicheskikh-svobod-ukraina-opustilas-na-162-e-mesto-165220\\_.html](http://zn.ua/ECONOMICS/v-reytinge-ekonomicheskikh-svobod-ukraina-opustilas-na-162-e-mesto-165220_.html).
- 3) Список країн за рівнем людського розвитку  
Url: <https://ru.wikipedia.org/wiki>.

- 1) Дистанційний курс: Писаревський М.І. Брендинг: ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2021-2022. Режим доступу: <https://moodle.karazin.ua/course/view.php?id=5113>
- 2) Гринчук Н. Формування територіальних маркетингових стратегій: базове навчання кандидатів на участь у мережі. К. : Всеукраїнська мережа фахівців та практиків з регіонального та місцевого розвитку, червень 2014. 43 с.
- 3) Ідріс Муді. Брендинг за 60 хвилин. Харків: Фабула, 2019. 256 с.
- 4) Капферер Жан-Ноель Бренд навсегда: создание, развитие, поддержка ценности бренда: пер. с англ. Е.В. Виноградовой; под. общ. ред. В. Н. Домнина. М. : Вершина, 2007. 448 с.

### ПОЛІТИКА КУРСУ («ПРАВИЛА ГРИ»)

- Середовище в аудиторії є дружнім, творчим, відкритим до конструктивної критики.
- Освоєння дисципліни передбачає обов'язкове відвідування лекцій і практичних занять, а також самостійну роботу. Перескладання заліку відбувається за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний).
- Самостійна робота включає в себе: підготовку індивідуального проекту та / або проекту в команді з трьох осіб.
- Усі завдання, передбачені програмою, мають бути виконані у встановлений термін.
- Якщо студент відсутній з поважної причини, він презентує виконані завдання під час самостійної підготовки та консультації.
- Здобувачі вищої освіти мають слідувати принципам академічної доброчесності. У разі виявлення факту плагіату у виконаних роботах здобувач отримує за завдання 0 балів.
- Передбачено перезарахування результатів навчання, отриманих у неформальній освіті. Для зарахування теми або частини теми здобувач надає відповідний сертифікат, де зазначені результати навчання та обсяг курсу (модуля) у годинах (кредитах ЄКТС). Передбачається зарахування результатів навчання у разі, якщо здобувач вищої освіти прослухав аналогічний курс (або його частину) у будь-якому університеті України або Європи, був учасником міжнародних проєктів Жан-Моне модуль, К1, у межах якого вивчалась така ж дисципліна (його частина), або слухачем такого ж дистанційного курсу на платформі «Prometheus», Coursera та інших, і при цьому має підтвердження – сертифікат про результати навчання (оцінку).

### КРИТЕРІЇ ТА МЕТОДИ ОЦІНЮВАННЯ

Методи	Критерії оцінювання	Система оцінювання, бали
Тестування	виставляється здобувачу вищої освіти за одне тестове питання у випадку правильної відповіді. За темами, де передбачено тестування, пропонується 20 тестових питань закритого типу та з декількома варіантами відповідей.	0,2
Дискусія, групові обговорення	виставляється здобувачу вищої освіти, який при усній або письмовій відповіді на запитання продемонстрував всебічні, систематизовані, глибокі знання програмного матеріалу, вміє грамотно інтерпретувати одержані результати; продемонстрував знання фахової літератури, передбачені на рівні творчого використання	3-4
	виставляється здобувачу вищої освіти, який при усній або письмовій відповіді на запитання продемонстрував повне знання програмного матеріалу, передбачене на рівні аналогічного відтворення, але припустився окремих несуттєвих помилок	1-2
Доповідь - презентація	виставляється здобувачу вищої освіти, який досяг цілей завдання, виконав ефективно роль ділової гри тощо, продемонстрував здатність застосовувати знання на практиці, обґрунтовувати власну думку	4-5
	виставляється здобувачу вищої освіти, який частково досяг цілей завдання, виконав роль ділової гри тощо, продемонстрував здатність застосовувати знання на практиці, обґрунтовувати власну думку, проте припускався певних помилок	2-3
	виставляється здобувачу вищої освіти, який не досяг цілей завдання, частково виконав роль ділової	1

	гри тощо, не зміг застосувати знання на практиці, обґрунтувати власну думку	
Підготовка проекту (у командах), його презентація	виставляється здобувачу вищої освіти, який при усній та письмовій презентації проекту продемонстрував всебічні, систематизовані, глибокі знання програмного матеріалу, вміє грамотно інтерпретувати одержані результати; продемонстрував знання фахової літератури, передбачені на рівні творчого використання	5-4
	виставляється здобувачу вищої освіти, який при усній та письмовій презентації проекту продемонстрував повне знання програмного матеріалу, передбачене на рівні аналогічного відтворення, але припустився окремих несуттєвих помилок	3-2
	виставляється здобувачу вищої освіти, який при усній або письмовій презентації проекту продемонстрував недостатні знання основного програмного матеріалу, проте в обсязі, що необхідний для подальшого навчання і роботи, передбачених програмою на рівні репродуктивного відтворення	1
Самостійна робота		
	1. Становлення поняття «брендинг» та його основні визначення. Етапи розвитку брендів. Поняття «бренд», «торговий знак» та торгова марка. Класифікація товарних знаків. 2. Правове середовище бренду. Нормативно-правова база та правова охорона товарних знаків в Україні. Терmini та порядок реєстрація товарного знаку в Україні. 3. Імідж бренду і його складові компоненти. 4. Маркетингове середовище підприємств готельно-ресторанного бізнесу. Складові внутрішнього та зовнішнього середовища підприємств. 5. Інформація та індикатори стану розвитку підприємств готельно-ресторанного бізнесу. 6. Основні складові ідентичності підприємств. 7. Контрольна робота	12 годин/16 годин 12 годин/16 годин 12 годин/16 годин 12 годин/17 годин 12 години/17 годин 14 годин/18 годин 10 годин/10 годин <b>84 годин/110 годин</b>