

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ІМЕНІ СЕМЕНА КУЗНЕЦЯ



"ЗАТВЕРДЖУЮ"  
Заступник керівника  
проректор з науково-педагогічної роботи)

*М. В. Афанасьєв*  
М. В. Афанасьєв

**Брендинг**

**робоча програма навчальної дисципліни**

Галузь знань 06 "Журналістика"  
Спеціальність 061 "Журналістика"  
Освітній рівень перший (бакалаврський)  
Освітня програма Реклама і зв'язки з громадськістю

Вид дисципліни  
Мова викладання, навчання та оцінювання

базова  
українська

Завідувач кафедри  
управління соціальними комунікаціями

Яресько К. В.

Харків  
ХНЕУ ім. С. Кузнеця  
2019

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**  
**ІМЕНІ СЕМЕНА КУЗНЕЦЯ**

**"ЗАТВЕРДЖУЮ"**  
Заступник керівника  
(проректор з науково-педагогічної роботи)

М. В. Афанасьєв

---

**Брендинг**  
**робоча програма навчальної дисципліни**

Галузь знань	<b>06 "Журналістика"</b>
Спеціальність	<b>061 "Журналістика"</b>
Освітній рівень	<b>перший (бакалаврський)</b>
Освітня програма	<b>Реклама і зв'язки з громадськістю</b>

Вид дисципліни  
Мова викладання, навчання та оцінювання

**базова**  
**українська**

Завідувач кафедри  
управління соціальними комунікаціями

Яресько К. В.

Харків  
ХНЕУ ім. С. Кузнеця  
2019

**ЗАТВЕРДЖЕНО**

на засіданні кафедри управління соціальними комунікаціями

Протокол № 2 від 20.09.2019 р.

Розробник:

Чекштуріна В.М. д. н. соц. ком., доц.

**Лист оновлення та перезатвердження  
робочої програми навчальної дисципліни**

Навчальний рік	Дата засідання кафедри – розробника РПНД	Номер протоколу	Підпис завідувача кафедри

## 1. Вступ

Анотація навчальної дисципліни: Дисципліна «Брендинг» присвячена вивченню механізмів створення та просування брендів. У царині дисципліни вивчається історія становлення брендинга. Предметом вивчення навчальної дисципліни «Брендинг» є комунікаційні засоби організації бренд-кампаній. Основними завданнями вивчення дисципліни є виокремлення основних ознак атрибутів бренда, технологій формування та підтримки брендів, створення програм лояльності. Значна увага приділяється аналізу історій та технологій просування відомих брендів.

**Мета навчальної дисципліни:** оволодіння новітніми технологіями та інструментами брендингу, формування вмінь розробляти комунікаційні стратегії просування брендів, управління брендами на національному та міжнародному рівнях.

Курс	3	
Семестр	5	
Кількість кредитів ECTS	5	
Аудиторні навчальні заняття	лекції	32
	практичні	32
Самостійна робота	86	
Форма підсумкового контролю	Іспит	

### Структурно-логічна схема вивчення навчальної дисципліни:

Попередні дисципліни	Наступні дисципліни
Маркетинг	Артдирекшн
Організація рекламної діяльності	Журналістська майстерність
Масова комунікація і інформація	Продакшн

### 2. Компетентності та результати навчання за дисципліною:

Компетентності	Результати навчання
1	2
здатність засвоювати різні типи інформаційних контентів	володіння символічним мисленням, засобами узагальнення, сприйняття аналітичної інформації
здатність аналізувати бренд-стратегії	аналіз атрибутів брендів, інструментів брендингу, аналізувати індивідуальність бренду, сегментування та позиціонування бренду
здатність розробляти інструменти бренд-кампаній	уміння розробляти інструменти бренд-стратегій, планувати, організовувати та проводити комунікативні кампанії
вміти використовувати засоби професійної діяльності у бренд-індустрії	володіти технологіями розробки логотипів, бренд-неймінгу, рекламних та pr-кампаній

### 3. Програма навчальної дисципліни

#### **Змістовий модуль 1. ТЕОРЕТИКО-ПРИКЛАДНІ ЗАСАДИ БРЕНДИНГУ**

##### **Тема 1. Історія зародження брендингу. \**

Історія розвитку брендингу. Поняття бренд та брендинг. Відомі історії становлення брендів. Архітектура бренду. Портфельні бренди.

##### **Тема 2. Зміст та атрибути бренду**

Сутність поняття бренд у системі термінів: «торгівельний знак», «торгівельна марка». Їх основні елементи та різновиди. Правила реєстрації торгової марки в Україні та за кордоном. Ознаки бренду (атрибути): фізична характеристика (товар або послуга), ім'я, історія, фірмовий знак, логотип, слоган, фірмовий герой, упаковка, дизайн, колірні поєднання, шрифти, музика, рекламний образ.

##### **Тема 3. Види бренд-неймингу**

Види бренд-неймингу: соціокультурний та лінгвістичний підходи. Методи розробки бренд-нейму для товарів та послуг.

##### **Тема 4. Структурні компоненти брендингу**

Засоби формування ідентичності бренду (філософія, індивідуальні цінності, асоціації, міфологеми та ін.). Складові брендингу як процесу. Комунікативні стратегії просування бренду. Рекламні кампанії за моделлю 4D-брендинг Т. Геда.

#### **Змістовий модуль 2. ОРГАНІЗАЦІЙНО-ПРИКЛАДНІ ЗАСАДИ БРЕНДИНГУ**

##### **Тема 5. Технології брендингу**

Іміджеві, рекламні, маркетингові технології брендингу. Види програм лояльності. Методи розробки програм лояльності.

##### **Тема 6. Бренд-індустрія**

Історія та перспективи розвитку бренд-індустрії. Структурні підрозділи бренд-індустрії. Становлення бренд-індустрії в Україні.

##### **Тема 7. Комунікативні стратегії створення брендів**

Комунікативні концепції бренд-лідерства. Медійні впливи на бренд "лідерів думок". Комунікативні стратегії у кризовому та конфліктному стані бренда.

##### **Тема 8. Методи оцінки капіталу бренда**

Нематеріальні капітали. Символічний капітал. Рейтингові бренд-агенції. Методи вимірювання і оцінки брендів.

##### **Тема 9. Бренд-проект**

Планування бренд-кампанії. Бриф. Види бренд-проектів.

##### **Тема 10. Методи захисту від бренд-підробок**

Соціокультурні та правові засади захисту прав торгової марки. Види бренд-підробок. Соціокультурні та економічні фактори виникнення підробок бренда.

### 4. Порядок оцінювання результатів навчання

Система оцінювання сформованих компетентностей у студентів враховує види занять, які згідно з програмою навчальної дисципліни передбачають лекційні, практичні заняття, а також виконання самостійної роботи. Оцінювання сформованих компетентностей у студентів здійснюється за накопичувальною 100-бальною системою. Відповідно до Тимчасового положення "Про порядок оцінювання результатів навчання студентів за накопичувальною бально-рейтинговою системою" ХНЕУ ім. С. Кузнеця, контрольні заходи включають:

поточний контроль, що здійснюється протягом семестру під час проведення лекційних, практичних занять і оцінюється сумою набраних балів (максимальна сума – 100 балів; мінімальна сума, що дозволяє студенту скласти іспит - 60 балів);

модульний контроль, що проводиться з урахуванням поточного контролю за відповідний змістовий модуль і має на меті інтегровану оцінку результатів навчання студента після вивчення матеріалу з логічно завершеної частини дисципліни – змістового модуля;

підсумковий/семестровий контроль, що проводиться у формі іспиту, відповідно до графіку навчального процесу.

Порядок проведення поточного оцінювання знань студентів. Оцінювання знань студента під час практичних занять та виконання індивідуальних завдань проводиться за такими критеріями:

Розуміння засвоєння теоретичних засад брендингу; ступінь засвоєння фактичного матеріалу навчальної дисципліни; ознайомлення з рекомендованою літературою та інформаційними ресурсами; вміння поєднувати теорію з практикою при розгляді практичних ситуацій, проведенні аналізу бренд-кампаній у процесі виконання індивідуальних завдань та завдань, винесених на розгляд в аудиторії; логіка, структура, стиль викладу матеріалу в бренд-проекті і при виступах в аудиторії, вміння обґрунтовувати свою позицію, здійснювати узагальнення інформації та робити висновки; здатність проводити критичну та незалежну оцінку певних проблемних питань; застосування аналітичних підходів; якість і чіткість викладення міркувань; логіка, структуризація та обґрунтованість висновків щодо конкретної проблеми; самостійність виконання роботи; грамотність подачі матеріалу; використання методів порівняння у презентації, узагальнення понять та явищ; оформлення творчих робіт при розробці логотипів.

Загальними критеріями, за якими здійснюється оцінювання позааудиторної самостійної роботи студентів, є: глибина і міцність знань, рівень мислення, вміння систематизувати знання за окремими темами, вміння робити обґрунтовані висновки, володіння категорійним апаратом, навички і прийоми виконання практичних завдань, вміння знаходити необхідну інформацію, здійснювати її систематизацію та обробку, самореалізація на практичних заняттях.

**Підсумковий контроль** знань та компетентностей студентів з навчальної дисципліни здійснюється на підставі проведення іспиту, завданням якого є перевірка розуміння студентом програмного матеріалу в цілому, логіки та взаємозв'язків між окремими розділами, здатності творчого використання накопичених знань, вміння формулювати своє ставлення до певної проблеми навчальної дисципліни тощо.

Іспит охоплює суму балів від виконання сукупності завдань і передбачає визначення рівня знань та ступеня опанування студентами компетентностей.

Студента слід **вважати атестованим**, якщо сума балів, одержаних за результатами підсумкової/семестрової перевірки успішності, дорівнює або перевищує 60. Підсумкова оцінка з навчальної дисципліни розраховується з урахуванням балів, отриманих отриманих під час поточного контролю за накопичувальною системою. Сумарний результат у балах за семестр має складати: 60 і більше балів та заноситься у залікову "Відомість обліку успішності" навчальної дисципліни.

### Розподіл балів за тижнями

Теми змістового модуля			Лекційні заняття	Практичні заняття	Презентація	Усього
Змістовий модуль 1.	Тема 1	1-2 тиждень	0,5	2		2,5
	Тема 2	2-3 тиждень	0,5	2	5	7,5
	Тема 3	4-5 тиждень	0,5	2	5	7,5
	Тема 4	6-7 тиждень	0,5	2		2,5
Змістовий модуль 2.	Тема 5	8-9 тиждень	0,5	2		2,5
	Тема 6	10-11 тиждень	0,5	2	5	7,5
	Тема 7	12-13 тиждень	0,5	2	5	7,5
	Тема 8	14-15 тиждень	0,5	2	5	7,5
	Тема 9	16 тиждень	0,5	2	10	12,5
	Тема 10	17 тиждень	0,5	2		2,5
Іспит						40
Усього			5	20	35	100

### Шкала оцінювання: національна та ЄКТС

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ЄКТС	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену, курсового проекту (роботи), практики	для заліку
90 – 100	A	відмінно	зараховано
82 – 89	B	добре	
74 – 81	C		
64 – 73	D		
60 – 63	E	задовільно	не зараховано
35 – 59	FX	незадовільно	
1 – 34	F		

## 5. Рекомендована література

### Оновна:

1. Аакер Д. Создание сильных брендов: Пер.с англ. – Изд. 2-е. – М.: Издательский Дом Гребенникова, 2008. 380 с.
2. Гали Б. Brand: рождение имени. Энциклопедия: Пер. с фр. – М.: Этерна-Палимпсест, 2007. 431 с.
3. Т. Гэд 4D БРЭНДИНГ: взламывая корпоративный код сетевой экономики. Пер. с англ. М. Аккая. Изд-ство: Стокгольмская школа экономики в Санкт-Петербурге, 2005. 230 с.
4. Гутброд Г. Успішна комунікація в бізнесі та освіті: Навч. посібник / Г. Гутброд, О. Беляков. – К.: Вид.-поліграф. центр «Київ. ун-т», 2006. 207 с.
5. Капферер Жан-Ноэль. Бренд навсегда: создание, развитие, поддержка ценности Бренда: Пер с англ. – М.: Вершина, 2007. 448 с.

### Додаткова:

6. Келлер К. Л. Стратегический бренд – менеджмент: создание, оценка и управление марочным капиталом: Пер с англ. – Изд. 2-е. - М.:Издательский дом Вильямс, 2005. 340 с.
7. Музыкант В. Л. Формирование бренда средствами PR и рекламы: Учебн. Пособие для вузов. – М.: Экономистъ, 2006. 606 с.
8. Овчинникова О. Г. Ребрендинг. – М.: Альфа Пресс, 2007.168 с.
9. Перция В.М., Мамлеева Л. В. Анатомия бренда. – М.: Вершина, 2007. 222 с.
10. Пирс Ч. С. Начала прагматизма. Т. 2. Логические основания теории знаков / Ч. С. Пирс ; пер. с англ. В. В. Кирющенко, М. В. Колопотина. — СПб. : Лаб. Метафиз. Исслед. филос. фак. СПбГУ : Алетейя, 2000. — 352 с.
- 11.Чекштуріна В. М. Мультиmodalьність рунічного знака : монографія / В. М. Чекштуріна. — Харків : ІНДУСТРІЯ, 2015. — 316 с.
- 12.Шевченко О. В. PR-технології в міжнародних відносинах (європейський досвід та перспективи України): Монографія – К.: Центр вільної преси, 2003р. – 187с.
13. Шевченко О. В. Державний брендинг в міжнародних відносинах – Навчальний посібник. - К., ІМВ., 2011. - 152 с.
- 14.Бренд-менеджмент: навч. посіб. / Ястремська О. М., Ястремська О. О. ; Харк. нац. екон. ун-т. - Х. : ХНЕУ, 2010. - 164 с.

### Інформаційні ресурси:

15. Kit Smith The 7 Step Guide to Performing a Brand Audit. URL: <https://www.brandwatch.com/blog/brand-audit> [19.04. 2016].
16. Tailor Brands. Design a Logo URL: <https://www.tailorbrands.com> [19.09. 2019]
17. Susan Gunelius Introduction to Brand Strategy – Part 1: What Is Brand Strategy? <https://aytm.com/blog/introduction-to-brand-strategy-part-1> [09.06. 2018].
18. Carly Stec Brand Strategy 101: 7 Essentials for Strong Company Branding <https://blog.hubspot.com/blog/tabid/6307/bid/31739/7-components-that-comprise-a-comprehensive-brand-strategy.aspx> [14.02. 2018].
19. Сайт персональних навчальних систем ХНЕУ ім. С. Кузнеця. Навчальна дисципліна «Брендинг». Режим доступу :[://pns.hneu.edu.ua/course/view.php?id=4902](https://pns.hneu.edu.ua/course/view.php?id=4902) [14.02. 2018].