

(Ф 03.02 – 92)

НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Навчально-науковий інститут Міжнародних відносин
Кафедра журналістики, реклами і зв'язків з громадськістю

УЗГОДЖЕНО

Директор Навчально-наукового
інституту Міжнародних відносин

_____ А. Фоменко
« ___ » _____ 2017 р.

ЗАТВЕРДЖУЮ

Проректор з навчальної та виховної
роботи

_____ Т. Іванова
« ___ » _____ 2017 р.



Система менеджменту якості

РОБОЧА НАВЧАЛЬНА ПРОГРАМА
навчальної дисципліни
«Брендинг»

Галузь знань: 0303 «Журналістика та інформація»
Напрямок підготовки: 6.030302 «Реклама і зв'язки з громадськістю (за видами діяльності)»

Курс – 2 Семестр – 4

Лекції – 32 Диференційований залік – 4 семестр
Практичні заняття – 32
Самостійна робота – 86
Усього (годин/кредитів ECTS) – 150/5,0
Домашнє завдання (1) - 4 семестр

Індекс РБ-17-6.030302/15-5.5

СМЯ НАУ РНП 15.01.04-01-2017



Система менеджменту якості.
Робоча навчальна програма
навчальної дисципліни
«Брендинг»

Шифр
документа

СМЯ НАУ
НП 15.01.04 – 01-2016

стор. 2 з 13

Робочу навчальну програму дисципліни «Брендинг» розроблено на основі робочого навчального плану № РБ-17-6.030302 підготовки фахівців освітнього ступеня «Бакалавр» за напрямом підготовки 6.030302 «Реклама і зв'язки громадськістю (за видами діяльності)» та відповідних нормативних документів, навчальної програми цієї дисципліни, індекс НБ-17-6.030302/15-5.5, затвердженої в.о. ректора «___» _____ 2017 р., та відповідних нормативних документів.

Робочу навчальну програму розробила
викладач кафедри журналістики,
реклами і зв'язків з громадськістю _____ О.Пилип

Робочу навчальну програму обговорено та схвалено на засіданні випускової кафедри напряму підготовки 6.030302 «Реклама і зв'язки громадськістю (за видами діяльності)» – кафедри журналістики, реклами і зв'язків з громадськістю, протокол № _____ від «___» _____ 2017 р.

Завідувач кафедри _____ Е. Циховська

Робочу навчальну програму обговорено та схвалено на засіданні науково-методично-редакційної ради Навчально-наукового інституту Міжнародних відносин, протокол № _____ від «___» _____ 2017 р.

Голова НМРР _____ С. Біла

Рівень документа – 3б

Плановий термін між ревізіями – 1 рік

Контрольний примірник



ЗМІСТ

	стор.
1. Вступ	4
2. Зміст навчальної дисципліни	4
2.1. Тематичний план навчальної дисципліни	4
2.2. Домашнє завдання.....	5
3. Навчально-методичні матеріали з дисципліни	5
3.1. Список рекомендованих джерел.....	5
3.2. Перелік наочних та інших навчально-методичних посібників, методичних матеріалів до технічних засобів навчання.....	6
4. Рейтингова система оцінювання набутих студентом знань та вмінь	6
.....	



1. ВСТУП

Робоча навчальна програма дисципліни розроблена на основі навчальної програми дисципліни «Брендинг» та «Методичних вказівок до розроблення та оформлення навчальної та робочої навчальної програм дисциплін», введених в дію розпорядженням від 16.06.15 №37/роз.


Рейтингова система оцінювання (PCO) є невід’ємною складовою робочої навчальної програми і передбачає визначення якості виконаної студентом усіх видів аудиторної та самостійної навчальної роботи та рівня набутих ним знань та умінь шляхом оцінювання в балах результатів цієї роботи під час поточного, модульного та семестрового контролю, з наступним переведенням оцінки за багатобальною шкалою в оцінки за національною шкалою та шкалою ECTS.

PCO передбачає використання модульних рейтингових оцінок (поточної, контрольної, підсумкової), а також екзаменаційної або залікової, підсумкової семестрової та підсумкової рейтингових оцінок.

2. ЗМІСТ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

2.1. Тематичний план навчальної дисципліни

№ пор.	Назва теми	Обсяг навчальних занять (год.)			
		Усього	Лекції	Практ. заняття	СРС
1	2	3	4	5	6
4 семестр					
Модуль №1 «Брендинг»					
1.1	Визначення бренду. Структура та різновиди бренду	9	2	2	5
1.2	Зміст та атрибути бренду	9	2	2	5
1.3	Побудова брендової ДНК	9	2	2	5
1.4	Технології брендингу	9	2	2	5
1.5	Формування іміджевих стратегій бренду	9	2	2	5
1.6	Стратегічні та тактичні брендові вимірювання	8	2	2	4
1.7	Створення комунікативного простору бренду	7	2	-	5
1.8	Бренд як семіотична система	9	2	2	5
1.9	Емоційний аспект бренду	9	2	2	5
1.10	Бренд-менеджмент як інтегрована	8	2	2	4

	Система менеджменту якості. Робоча навчальна програма навчальної дисципліни «Брендинг»	Шифр документа	СМЯ НАУ НП 15.01.04 – 01-2016		
		стор. 5 з 13			

	комунікація				
1.11	Технології та процедури неймінгу	8	2	2	4
1.12	Сучасні комунікативні стратегії створення нових брендів	9	2	2	5
1.13	Бренд у медійному просторі	8	2	2	4
1.14	Діагностика та моделювання сучасних брендів	9	2	2	5
1.15	Практичні інструменти промоції брендів	9	2	2	5
1.16	Стратегія формування державного бренду України	9	2	2	5
1.17	Виконання домашнього завдання	8	-	-	8
	Модульна контрольна робота № 1	4	-	2	2
	Усього за модулем № 1	150	32	32	86
	Усього за 4 семестр	150	32	32	86
	Усього за навчальною дисципліною	150	32	32	86

2.2. Домашнє завдання


У четвертому семестрі студенти виконують домашнє завдання з метою закріплення та поглиблення теоретичних та практичних знань та вмінь, набутих у процесі засвоєння навчального матеріалу дисципліни «Брендинг».

Конкретна мета домашнього завдання полягає у закріпленні і поглибленні знань, отриманих студентами у процесі вивчення дисципліни; залученні студентів до самостійної роботи з фаховою літературою; формуванні навичок пошуку необхідних джерел і матеріалів; розвинути у студентів вміння аналізувати, узагальнювати і робити висновки.

Для успішного виконання домашнього завдання студент повинен **знати** теорію іміджу; типи комунікативних ситуацій, які визначають вибір іміджевих стратегій; природу цілісного емоційно-образного змісту іміджу бренду; **вміти** самостійно працювати з фаховою літературою; аналізувати теоретичні розвідки та готові проекти іміджевих кампаній; володіти технічними інструментами створення іміджу бренду.

Домашнє завдання складається з теоретичного та практичного блоків. У процесі виконання першого блоку студент конспектує рекомендовані джерела (3.1.1-3.1.3). Виконання другого блоку полягає у підготовці власного соціального проекту – іміджевої рекламної кампанії; розробка логотипу та презентація матеріалів рекламної кампанії освітнього закладу.

Виконання, оформлення та захист домашнього завдання здійснюється студентом в індивідуальному порядку відповідно до методичних рекомендацій.

	Система менеджменту якості. Робоча навчальна програма навчальної дисципліни «Брендинг»	Шифр документа	СМЯ НАУ НП 15.01.04 – 01-2016
		стор. 6 з 13	

Час, потрібний для виконання домашнього завдання – 8 годин самостійної роботи.

3. НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНІ МАТЕРІАЛИ З ДИСЦИПЛІНИ

3.1. Список рекомендованих джерел

Основні рекомендовані джерела

- 3.1.1. Аакер Д. Создание сильных брендов/Д.Аакер, Пер.с англ. – Изд. 2-е. – М.: Издательский Дом Гребенникова, 2008. – 340 с.
- 3.1.2. Бейтман С., Хайленд А. Символ/С. Бейтман, Хайленд А. - СПб.: Питер, 2012. – 296 с.
- 3.1.3. Гали Б. Brand: рождение имени. Энциклопедия/Б.Гали: Пер. с фр. – М.: Этерна-Палимпсест, 2007. – 496 с.
- 3.1.4. Курбан О.В. PR у маркетингових комунікаціях: навчальний посібник / О.В.Курбан. – К.: Видавництво «Кондор», 2014. – 246 с.
- 3.1.5. Шевченко О.В., Яковець А.В. PR: теорія і практика. Підручник/ О.В. Шевченко, А.В. Яковець – К.: «Бізнесполіграф», 2011. – 464с.
- 3.1.6. Котлер Ф., Лі Н. Корпоративна соціальна відповідальність/Ф. Котлер – К.: Стандарт. – 2008. – 285 с.
- 3.1.7. Simon Anholt Places: Identity, Image and Reputation - Palgrave Macmillan, 2009. - 256р.

Додаткові рекомендовані джерела

- 3.1.8. Аакер Д. Аакер о брендинге. 20 принципов достижения успеха/Д.Аакер, Пер.с англ. – М.: Издательство «Эксмо», 2016. – 260 с.
- 3.1.9. Беккер Е., Юданов А., Бурделова Т. Бренд и экономическая устойчивость вуза./ Е.Беккер, А.Юданов, М.Бурделова: КноРус, 2015. – 207 с.
- 3.1.10. Курбан О.В. Діагностика та моделювання PR-процесів: монографія / О.В.Курбан. – К.: Конфедерація українських журналістів, 2012. – 160 с.
- 3.1.11. Меликян О.М. Поведение потребителя: Учебн. пособие для вузов./О.Меликян – М.: Дашков и К, 2006. – 254с.
- 3.1.12. Музыкант В.Л. Формирование бренда средствами PR и рекламы/ В. Музыкант – М.: Экономистъ, 2006. – 354 с.
- 3.1.13. Рэймонд Надо Живые бренды. Новый подход к созданию и продвижению брендов - М.: Гребенников, 2009. - 232 с.

	Система менеджменту якості. Робоча навчальна програма навчальної дисципліни «Брендинг»	Шифр документа	СМЯ НАУ НП 15.01.04 – 01-2016
		стор. 7 з 13	

3.1.14. Best Global Brands'2009 [Electronic resource]. – Mode of access: [www28.U.S.-Ukraine \[Електрон. ресурс\] / Business Council 2007 – 2011. – Режим доступу : http://www.usubc.org](http://www28.usubc.org)

3.1.15. WIPO gazette of International Marks. Statistical Supplement for 2009 [Electronic resource]. – Mode of access: <http://www.wipo.int>. – Title from the screen.

3.1.16. Melissa Aronczyk Branding the Nation: The Global Business of National Identity - Oxford University Press, 2013. - 256p

3.1.17. Sam Vaknin Nation Branding and Place Marketing - Narcissus Publications, 2007. - 128p.

3.2. Перелік наукових та інших навчально-методичних посібників, методичних матеріалів до ТЗН

№ пор.	Назва	Шифр тем за тематичним планом	Кількість
1.	Методичні вказівки до виконання домашніх завдань	1.1; 1.2	електронна версія

4. РЕЙТИНГОВА СИСТЕМА ОЦІНЮВАННЯ


НАБУТИХ СТУДЕНТОМ ЗНАТЬ ТА ВМІНЬ

4.1. Оцінювання окремих видів виконаної студентом навчальної роботи здійснюється в балах відповідно до табл. 4.1.

Таблиця 4.1

Оцінювання окремих видів навчальної роботи студента

4 семестр	
Модуль №1	
Вид навчальної роботи	Мах кількість балів
Виконання завдань на практичних заняттях (4*7)	28 (сумарна)
Виконання творчих робіт (10*3)	30 (сумарна)
Виконання домашнього завдання	10

	Система менеджменту якості. Робоча навчальна програма навчальної дисципліни «Брендинг»	Шифр документа	СМЯ НАУ НП 15.01.04 – 01-2016
		стор. 8 з 13	

<i>Для допуску до виконання модульної контрольної роботи студент має набрати не менше 42 балів</i>	
Виконання модульної контрольної роботи	20
Усього за модулем № 1	88
Диференційований залік	12
Усього за 4 семестр	100

4.2. Виконані види навчальної роботи зараховуються студенту, якщо він отримав за них позитивну рейтингову оцінку (табл. 4.2).

4.3. Сума рейтингових оцінок, отриманих студентом за окремі види виконаної навчальної роботи, становить поточну модульну рейтингову оцінку, яка заноситься до відомості модульного контролю.

Таблиця 4.2

Відповідність рейтингових оцінок за окремі види навчальної роботи в балах оцінкам за національною шкалою


Рейтингова оцінка в балах				Оцінка за національною шкалою
Виконання завдань на практичних заняттях	Виконання творчих робіт	Виконання домашнього завдання	Виконання модульної контрольної роботи	
4	9-10	9-10	18-20	Відмінно
3	8	8	15-17	Добре
2,5	6-7	6-7	12-14	Задовільно
менше 2,5	менше 6	менше 6	менше 12	Незадовільно

4.4. Сума поточної та контрольної модульних рейтингових оцінок становить підсумкову модульну рейтингову оцінку (табл.4.3), яка в балах та за національною шкалою заноситься до відомості модульного контролю

Таблиця 4.3

Відповідність підсумкових модульних рейтингових оцінок в балах оцінкам за національною шкалою

Модуль №1	Оцінка за національною шкалою
79-88	Відмінно
66-78	Добре
53-65	Задовільно

	Система менеджменту якості. Робоча навчальна програма навчальної дисципліни «Брендинг»	Шифр документа	СМЯ НАУ НП 15.01.04 – 01-2016
		стор. 9 з 13	

менше 53	Незадовільно
----------	--------------

4.5. Підсумкова модульна рейтингова оцінка для цієї дисципліни дорівнює семестровій модульній рейтинговій оцінці, яка перераховується в оцінку за національною шкалою (табл. 4.4).

Таблиця 4.4
Відповідність підсумкової семестрової модульної рейтингової оцінки в балах оцінкам за національною шкалою

Оцінка в балах	Оцінка за національною шкалою
79-88	Відмінно
66-78	Добре
53-65	Задовільно
менше 53	Незадовільно

Таблиця 4.5
Відповідність залікової рейтингової оцінки в балах оцінці за національною шкалою


Оцінка в балах	Оцінка за національною шкалою
12	Відмінно
10	Добре
8	Задовільно
-	-

4.6. Сума підсумкової семестрової модульної та залікової рейтингових оцінок у балах становить підсумкову семестрову рейтингову оцінку, яка перераховується в оцінки за національною шкалою та шкалою ECTS (табл. 4.6).

Таблиця 4.6

Відповідність підсумкової семестрової рейтингової оцінки в балах оцінці за національною шкалою та шкалою ECTS

Оцінка в балах	Оцінка за національною шкалою	Оцінка за шкалою ECTS	
		Оцінка	Пояснення
90-100	Відмінно	A	Відмінно (відмінне виконання лише з незначною кількістю помилок)
82-89	Добре	B	Дуже добре (вище середнього рівня з кількома помилками)
75-81		C	Добре (в загальному вірне виконання з певною

	Система менеджменту якості. Робоча навчальна програма навчальної дисципліни «Брендинг»	Шифр документа	СМЯ НАУ НП 15.01.04 – 01-2016
		стор. 10 з 13	

			кількістю суттєвих помилок)
67-74	Задовільно	D	Задовільно (непогано, але зі значною кількістю недоліків)
60-66		E	Достатньо (виконання задовольняє мінімальним критеріям)
35-59	Незадовільно	FX	Незадовільно (з можливістю повторного складання)
1-34		F	Незадовільно (з обов'язковим повторним курсом)

4.7. Підсумкова семестрова рейтингова оцінка в балах, за національною шкалою та шкалою ECTS заноситься до заліково-екзаменаційної відомості, навчальної картки та залікової книжки студента.

4.8. Підсумкова семестрова рейтингова оцінка заноситься до залікової книжки та навчальної картки студента, наприклад, так: **92/Відм./А, 87/Добре/В, 79/Добре/С, 68/Задов./D, 65/Задов./E** тощо.

4.9. Підсумкова рейтингова оцінка з дисципліни дорівнює підсумковій семестровій рейтинговій оцінці.

Зазначена підсумкова рейтингова оцінка з дисципліни заноситься до Додатку до диплома.



Система менеджменту якості.
Робоча навчальна програма
навчальної дисципліни
«Брендинг»

Шифр
документа

СМЯ НАУ
НП 15.01.04 – 01-2016

стор. 11 з 13

(Ф 03.02 – 01)

АРКУШ ПОШИРЕННЯ ДОКУМЕНТА

№ прим.	Куди передано (підрозділ)	Дата видачі	П.І.Б. отримувача	Підпис отримувача	Примітки

(Ф 03.02 – 02)

АРКУШ ОЗНАЙОМЛЕННЯ З ДОКУМЕНТОМ



Система менеджменту якості.
Робоча навчальна програма
навчальної дисципліни
«Брендинг»

Шифр
документа

СМЯНАУ
НП 15.01.04 – 01-2016

стор. 13 з 13

(Ф 03.02 – 32)

УЗГОДЖЕННЯ ЗМІН

	Підпис	Ініціали, прізвище	Посада	Дата
Розробник				
Узгоджено				
Узгоджено				
Узгоджено				