

Міністерство освіти і науки України
Національний технічний університет
«Дніпровська політехніка»

Факультет менеджменту

Кафедра прикладної економіки, підприємництва та публічного управління

«ЗАТВЕРДЖЕНО»

завідувач кафедри

Вагонова О.Г.



«02» 07. 2019 року

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
«Брендинг»

Галузь знань	07 Управління та адміністрування
Спеціальність	076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»
Освітній рівень.....	бакалавр
Освітня програма	Підприємництво, торгівля та біржова діяльність
Вид дисципліни	нормативна
Форма навчання	Очна/заочна
Семестр (чверть)	4 семестр (8 чв.)
Кількість кредитів ECTS	3,5 кредити ECTS (105 годин)
Форма підсумкового контролю	іспит

Викладач: доц., к.е.н. Яцентюк С.В.

Пролонговано: на 20__/20__ н.р. _____ (_____) «__» 20__ р.
(підпис, ПІБ, дата)

на 20__/20__ н.р. _____ (_____) «__» 20__ р.
(підпис, ПІБ, дата)

Дніпро
НТУ «ДП»
2019

Робоча програма навчальної дисципліни «Брендинг» для бакалаврів спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»/С.В. Яцентюк / Нац. техн. ун-т. «Дніпровська політехніка», каф. прикладної економіки, підприємництва та публічного управління – Д. : НТУ «ДП», 2019. – 17 с.

Розробник – доц., к.е.н. Яцентюк С.В.

Робоча програма регламентує:

- мету дисципліни;
- дисциплінарні результати навчання, сформовані на основі трансформації очікуваних результатів навчання освітньої програми;
- базові дисципліни;
- обсяг і розподіл за формами організації освітнього процесу та видами навчальних занять;
- програму дисципліни (тематичний план за видами навчальних занять);
- алгоритм оцінювання рівня досягнення дисциплінарних результатів навчання (шкали, засоби, процедури та критерії оцінювання);
- інструменти, обладнання та програмне забезпечення;
- рекомендовані джерела інформації.

Робоча програма призначена для реалізації компетентнісного підходу під час планування освітнього процесу, викладання дисципліни, підготовки студентів до контрольних заходів, контролю провадження освітньої діяльності, внутрішнього та зовнішнього контролю забезпечення якості вищої освіти, акредитації освітніх програм у межах спеціальності.

Затверджено на засіданні кафедри (протокол № 13 від 02.07.2019).

Погоджено рішенням методичної комісії спеціальності 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність (протокол № 4 від 02.07.2019).

ЗМІСТ

1 МЕТА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ	4
2 ОЧІКУВАНІ ДИСЦИПЛІНАРНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ.....	4
3 БАЗОВІ ДИСЦИПЛІНИ	5
4 ОБСЯГ І РОЗПОДІЛ ЗА ФОРМАМИ ОРГАНІЗАЦІЇ ОСВІТНЬОГО ПРОЦЕСУ ТА ВИДАМИ НАВЧАЛЬНИХ ЗАНЯТЬ	5
5 ПРОГРАМА ДИСЦИПЛІНИ ЗА ВИДАМИ НАВЧАЛЬНИХ ЗАНЯТЬ.....	6
6 ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ	8
6.1 Шкали	8
6.2 Засоби та процедури.....	9
6.3 Критерії.....	10
7 ІНСТРУМЕНТИ, ОБЛАДНАННЯ ТА ПРОГРАМНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ	14
8 РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ.....	15

1 МЕТА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

В освітньо-професійній програмі Національного технічного університету «Дніпровська політехніка» спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» здійснено розподіл програмних результатів навчання (ПРН) за організаційними формами освітнього процесу. Зокрема, до дисципліни Ф15 «Брендинг» віднесено такі результати навчання:

РН14	Вміти застосовувати інноваційні підходи в підприємницькій, торговельній та біржовій діяльності.
РН15	Оцінювати характеристики товарів і послуг у підприємницькій, торговельній та біржовій діяльності за допомогою сучасних методів.

Мета дисципліни – формування у здобувачів відповідних дисциплінарних компетентностей, які в свою чергу впливають на формування професійних компетентностей з формування і обґрунтування маркетингової діяльності підприємства з брендингу, базису ефективного бренд-менеджменту при практичній реалізації інноваційних підходів в підприємницькій, торговельній та біржовій діяльності.

Реалізація мети вимагає трансформації програмних результатів навчання в дисциплінарні та адекватний відбір змісту навчальної дисципліни за цим критерієм.

2 ОЧІКУВАНІ ДИСЦИПЛІНАРНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ

Шифр ПРН	Дисциплінарні результати навчання (ДРН)	
	шифр ДРН	зміст
РН14	РН14-Ф15-1	Еволюція розвитку концепцій пасивного маркетингу, їх сутність, місце і роль бренду в них.
	РН14-Ф15-2	Еволюція розвитку концепцій активного маркетингу, їх сутність, місце і роль бренду в них.
	РН14-Ф15-3	Концепції холистичного маркетингу, їх сутність, місце і роль бренду.
	РН14-Ф15-4	Перелік та сутність основних підходів і засобів маркетингової товарної політики
	РН14-Ф15-5	Перелік та сутність основних підходів і засобів маркетингової цінової політики
	РН14-Ф15-6	Перелік та сутність основних підходів і засобів маркетингової збутової політики (політики розподілу)
	РН14-Ф15-7	Перелік та сутність основних підходів і засобів політики інтегрованих маркетингових комунікацій
	РН14-Ф15-8	Реалізація комплексу маркетингу через рефлексію цільових ринків («4Р/4С»)
	РН14-Ф15-9	Для чого бізнесу потрібно інвестувати у створення брендів?
	РН14-Ф15-10	Модель практичної реалізації бренд-менеджменту
	РН14-Ф15-11	Функції і сутність понять ПОЗИЦІОНУВАННЯ бренду і ПОЗИЦІЯ (ІМІДЖ) бренду, РОЗРИВ БРЕНДУ (Brand's Gap)
	РН14-Ф15-12	Поняття БРЕНД – АРХІТЕКТУРИ компанії, сутність, призначення та взаємозв'язок ключових елементів бренд – архітектури компанії

Шифр ПРН	Дисциплінарні результати навчання (ДРН)	
	шифр ДРН	зміст
РН15	РН15-Ф15-1	Основа та сутність понять БРЕНД і МАРКЕТИНГ. Історія походження, етимологія та причини виникнення цих категорій.
	РН15-Ф15-2	Трикутник стратегічного маркетингу, основні поняття маркетингу та їх сутність.
	РН15-Ф15-3	Застосування ієрархії потреб Абрахама Маслоу в брендингу.
	РН15-Ф15-4	Загальна класифікація брендів, сутність поняття КОМЕРЦІЙНИЙ БРЕНД та його ключових складових.
	РН15-Ф15-5	Сутність понять БРЕНДИНГ та БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТ
	РН15-Ф15-6	Основні складові, функції і сутність маркетингової товарної політики в брендингу
	РН15-Ф15-7	Поняття ЖИТТЄВИЙ ЦИКЛ БРЕНДУ, особливості брендингу на різних етапах життєвого циклу

3 БАЗОВІ ДИСЦИПЛІНИ

Дисципліни циклу загальної підготовки

Назва дисципліни	Здобуті результати навчання
Б3 Менеджмент	Вміти працювати в команді, мати навички міжособистісної взаємодії, які дозволяють досягати професійних цілей.
	Демонструвати підприємливість в різних напрямках професійної діяльності та брати відповідальність за результати.
Ф8 Підприємництво	Використовувати базові знання з підприємництва, торгівлі і біржової діяльності й уміння критичного мислення, аналізу та синтезу в професійних цілях.
	Організовувати пошук, самостійний відбір, якісну обробку інформації з різних джерел для формування банків даних у сфері підприємництва, торгівлі та біржової діяльності.
Ф12 Основи організації бізнесу	Володіти методами та інструментарієм для обґрунтування управлінських рішень щодо створення й функціонування підприємницьких, торговельних і біржових структур.
	Знати нормативно-правове забезпечення діяльності підприємницьких, торговельних та біржових структур і застосовувати його на практиці.
	Вміти вирішувати професійні завдання з організації діяльності підприємницьких, торговельних та біржових структур і розв'язувати проблеми у кризових ситуаціях з урахуванням зовнішніх та внутрішніх впливів.

4 ОБСЯГ І РОЗПОДІЛ ЗА ФОРМАМИ ОРГАНІЗАЦІЇ ОСВІТНЬОГО ПРОЦЕСУ ТА ВИДАМИ НАВЧАЛЬНИХ ЗАНЯТЬ

Вид навчальних занять	Обсяг, години	Розподіл за формами навчання, години					
		денна		вечірня		заочна	
		аудиторні заняття	самостійна робота	аудиторні заняття	самостійна робота	аудиторні заняття	самостійна робота
лекційні	54	16	38	-	-	6	53
практичні	51	16	35	-	-	6	40
лабораторні		-	-	-	-		
семінари		-	-	-	-		
РАЗОМ	105	32	73	-	-	12	93

5 ПРОГРАМА ДИСЦИПЛІНИ ЗА ВИДАМИ НАВЧАЛЬНИХ ЗАНЯТЬ

Шифри ДРН	Види та тематика навчальних занять	Обсяг складових, години
	ЛЕКЦІЇ	54
	1. Базові теоретичні засади та прикладна сутність понять БРЕНД і МАРКЕТИНГ та їх основних складових. Еволюція розвитку маркетингових концепцій та їх сутність і місце бренду в них.	12
RH15-Ф15-1	Основа та сутність понять БРЕНД і МАРКЕТИНГ. Історія походження, етимологія та причини виникнення цих категорій.	
RH15-Ф15-2	Трикутник стратегічного маркетингу, основні поняття маркетингу та їх сутність.	
RH15-Ф15-3	Застосування ієрархії потреб Абрахама Маслоу в брендингу.	
RH14-Ф15-1	Еволюція розвитку концепцій пасивного маркетингу, їх сутність, місце і роль бренду в них.	
RH14-Ф15-2	Еволюція розвитку концепцій активного маркетингу, їх сутність, місце і роль бренду в них.	
RH14-Ф15-3	Концепції холистичного маркетингу, їх сутність, місце і роль бренду.	
	2. Система підходів та засобів маркетингу (інструментарій маркетингу), або комплекс маркетингу (marketing-mix - «4P/4C»).	16
RH14-Ф15-4	Перелік та сутність основних підходів і засобів маркетингової товарної політики	
RH14-Ф15-5	Перелік та сутність основних підходів і засобів маркетингової цінової політики	
RH14-Ф15-6	Перелік та сутність основних підходів і засобів маркетингової збутової політики (політики розподілу)	
RH14-Ф15-7	Перелік та сутність основних підходів і засобів політики інтегрованих маркетингових комунікацій	
RH14-Ф15-8	Реалізація комплексу маркетингу через рефлексію цільових ринків («4P/4C»)	
	3. Загальна класифікація брендів, сутність понять КОМЕРЦІЙНИЙ БРЕНД, БРЕНДИНГ та БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТ. Практична реалізація брендингу через маркетингову товарну політику і позиціонування бренду на ринку.	28
RH15-Ф15-4 CP15-Ф15-5	Загальна класифікація брендів, сутність поняття КОМЕРЦІЙНИЙ БРЕНД та його ключових складових, сутність понять БРЕНДИНГ та БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТ	
RH14-Ф15-9	Для чого бізнесу потрібно інвестувати у створення брендів?	
RH14-Ф15-10	Модель практичної реалізації бренд-менеджменту	
RH15-Ф15-6	Основні складові, функції і сутність маркетингової товарної політики в брендингу	
RH14-Ф15-11	Функції і сутність понять ПОЗИЦІОНУВАННЯ бренду і ПОЗИЦІЯ (ІМІДЖ) бренду, РОЗРИВ БРЕНДУ (Brand'sGap)	
RH14-Ф15-12	Поняття БРЕНД – АРХІТЕКТУРИ компанії, сутність, призначення та взаємозв'язок ключових елементів бренд – архітектури компанії	
RH15-Ф15-7	Поняття ЖИТТЄВИЙ ЦИКЛ БРЕНДУ, особливості брендингу на різних етапах життєвого циклу	
	ПРАКТИЧНІ ЗАНЯТТЯ	51
RH15-Ф15-1 RH15-Ф15-2	1. Структура та зміст поняття «Бренд» і його місце у сучасній маркетинговій діяльності підприємств.	6

Шифри ДРН	Види та тематика навчальних занять	Обсяг складових, години
	Практичні завдання і вправа PinPoint, інтерактивна дискусія іbrainstormingв форматах: «викладач – студент», «викладач - аудиторія», «студент - аудиторія» по опрацюванню історії походження, етимології та причин виникнення понять «бренд» і «маркетинг», по змістовним характеристикам поняття «бренд», практичне опрацювання трикутника стратегічного маркетингу та основних понять маркетингу, а також, їх сутності використання при формуванні брендингу підприємства.	
РН14-Ф15-1 РН14-Ф15-2 РН14-Ф15-3 РН15-Ф15-3	<p>2. Прикладне значення еволюції маркетингових концепцій у підприємстві та їх сутність і місце бренду в них.</p> <p>Практичні завдання і вправа PinPoint, інтерактивна дискусія іbrainstorming в форматах: «викладач – студент», «викладач - аудиторія», «студент - аудиторія» по прикладному застосуванню засад ієрархії потреб Абрахама Маслоу в брендингу через практичне використання їх сутнісних чинників, визначенню місця і значень брендів в реальних businessstories на прикладі їх конкретного застосування при розвитку концепцій пасивного і активного маркетингу, розбір методології та методик сучасного брендингу в концепції холістичного маркетингу на прикладі реальних практик.</p>	8
РН14-Ф15-4 РН14-Ф15-5 РН14-Ф15-6 РН14-Ф15-7 РН14-Ф15-8	<p>3. Прикладне застосування інструментарію комплексу маркетингу (marketing-mix - «4Р/4С») в брендингу.</p> <p>Практичні завдання і вправа PinPoint, інтерактивна дискусія іbrainstorming в форматах: «викладач – студент», «викладач - аудиторія», «студент - аудиторія» по завданням прикладного застосування основних підходів і засобів маркетингової товарної і цінової політик, маркетингової збутової політики розподілу, маркетингової комунікативної політики інтегрованих маркетингових комунікацій в брендингу, а також, опрацювання практичної реалізації брендингу в комплексі маркетингу підприємства через рефлексію його цільових ринків («4Р/4С»).</p>	12
РН14-Ф15-9 РН14-Ф15-10 РН15-Ф15-4 РН15-Ф15-5	<p>4. Типологія і класифікація брендів та їх застосування на практиці.</p> <p>Практичні завдання і вправа PinPoint, інтерактивна дискусія іbrainstorming в форматах: «викладач – студент», «викладач - аудиторія», «студент - аудиторія» по практичному освоєнню загальної класифікації брендів, їх прикладному значенню і сенсу застосування брендингу в реальному бізнесі, згідно загальної класифікації. Ділова гра з формування моделі реалізації брендингу підприємства.</p>	9
РН14-Ф15-11 РН15-Ф15-6	<p>5. Функції і сутність понять ПОЗИЦІОНУВАННЯ бренду іПОЗИЦІЯ (ІМІДЖ) бренду, РОЗРИВ БРЕНДУ (Brand’sGap).</p> <p>Практичні завдання і вправа PinPoint, інтерактивна дискусія іbrainstorming в форматах: «викладач – студент», «викладач - аудиторія», «студент - аудиторія» по опануванню сутності понять «спонсори бренду», «цільова аудиторія бренду» та їх складників, опрацювання методологій формування ПОЗИЦІОНУВАННЯ і ПОЗИЦІЇ (ІМІДЖУ) бренду на ринку та функцій і характеристик їх ключових елементів, практичне моделювання виникнення</p>	8

Шифри ДРН	Види та тематика навчальних занять	Обсяг складових, години
	явища РОЗРИВ БРЕНДУ (Brand'sGap) та визначення причин його виникнення. Ділова гра з формування в брендингу підприємства програми заходів з елімінування РОЗРИВУ БРЕНДУ.	
PH14-Ф15-12 PH15-Ф15-7	<p>6. БРЕНД – АРХІТЕКТУРА компанії і ЖИТТЄВИЙ ЦИКЛ БРЕНДУ.</p> <p>Практичні завдання і вправа PinPoint, інтерактивна дискусія і brainstorming в форматах: «викладач – студент», «викладач - аудиторія», «студент - аудиторія» по опрацюванню поняття і сутність БРЕНД – АРХІТЕКТУРИ компанії, сутності, призначенню та взаємозв'язку ключових елементів бренд – архітектури компанії. Ділова гра з формування бренд – архітектури компанії на прикладі реально діючих підприємств. Опрацювання поняття ЖИТТЄВИЙ ЦИКЛ БРЕНДУ і його основні етапи та практичного використання особливостей брендингу та його маркетингових заходів на різних етапах життєвого циклу бренду.</p>	8
	РАЗОМ	105

6 ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ

Сертифікація досягнень студентів здійснюється за допомогою прозорих процедур, що ґрунтуються на об'єктивних критеріях відповідно до Положення університету «Про оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти».

Досягнутий рівень компетентностей відносно очікуваних, що ідентифікований під час контрольних заходів, відображає реальний результат навчання студента за дисципліною.

6.1 Шкали

Оцінювання навчальних досягнень студентів НТУ «ДП» здійснюється за рейтинговою (100-бальною) та інституційною шкалами. Остання необхідна (за офіційною відсутністю національної шкали) для конвертації (переведення) оцінок мобільних студентів.

Шкали оцінювання навчальних досягнень студентів НТУ «ДП»

Рейтингова	Інституційна
90...100	відмінно / Excellent
74...89	добре / Good
60...73	задовільно / Satisfactory
0...59	незадовільно / Fail

Кредити навчальної дисципліни зараховується, якщо студент отримав підсумкову оцінку не менше 60-ти балів. Нижча оцінка вважається академічною заборгованістю, що підлягає ліквідації відповідно до Положення про організацію освітнього процесу НТУ «ДП».

6.2 Засоби та процедури

Зміст засобів діагностики спрямовано на контроль рівня сформованості знань, умінь, комунікації, автономності та відповідальності студента за вимогами НРК до 7-го кваліфікаційного рівня під час демонстрації регламентованих робочою програмою результатів навчання.

Студент на контрольних заходах має виконувати завдання, орієнтовані виключно на демонстрацію дисциплінарних результатів навчання (розділ 2).

Засоби діагностики, що надаються студентам на контрольних заходах у вигляді завдань для поточного та підсумкового контролю, формуються шляхом конкретизації вихідних даних та способу демонстрації дисциплінарних результатів навчання.

Засоби діагностики (контрольні завдання) для поточного та підсумкового контролю дисципліни затверджуються кафедрою.

Види засобів діагностики та процедур оцінювання для поточного та підсумкового контролю дисципліни подано нижче.

Засоби діагностики та процедури оцінювання

ПОТОЧНИЙ КОНТРОЛЬ			ПІДСУМКОВИЙ КОНТРОЛЬ	
навчальне заняття	засоби діагностики	процедури	засоби діагностики	процедури
лекції	контрольні завдання за кожною темою	виконання завдання під час лекцій	ККР на іспиті	визначення середньозваженого результату поточних контролів; виконання контрольної роботи під час іспиту за бажанням студента
практичні	контрольні завдання за кожною темою	виконання завдань під час практичних занять		
	або індивідуальне завдання	виконання завдань під час самостійної роботи		

Під час поточного контролю лекційні заняття оцінюються шляхом визначення якості виконання контрольних конкретизованих завдань. Практичні заняття оцінюються якістю виконання контрольного або індивідуального завдання.

Якщо зміст певного виду занять підпорядковано декільком дескрипторам, то інтегральне значення оцінки може визначатися з урахуванням вагових коефіцієнтів, що встановлюються викладачем.

За наявності рівня результатів поточних контролів з усіх видів навчальних занять не менше 60 балів, підсумковий контроль здійснюється без участі студента шляхом визначення середньозваженого значення поточних оцінок.

Незалежно від результатів поточного контролю кожен студент під час іспиту має право виконувати контрольну роботу, яка містить завдання, що охоплюють ключові дисциплінарні результати навчання.

Кількість конкретизованих завдань контрольної роботи повинна відповідати відведеному часу на виконання. Кількість варіантів контрольної роботи має забезпечити індивідуалізацію завдання.

Значення оцінки за виконання контрольної роботи визначається середньою оцінкою складових (конкретизованих завдань) і є остаточним.

Інтегральне значення оцінки виконання контрольної роботи може визначатися з урахуванням вагових коефіцієнтів, що встановлюється кафедрою для кожного дескриптора НРК.

6.3 Критерії

Реальні результати навчання студента ідентифікуються та вимірюються відносно очікуваних під час контрольних заходів за допомогою критеріїв, що описують дії студента для демонстрації досягнення результатів навчання.

Для оцінювання виконання контрольних завдань під час поточного контролю лекційних і практичних занять в якості критерію використовується коефіцієнт засвоєння, що автоматично адаптує показник оцінки до рейтингової шкали:

$$O_i = 100 a/m,$$

де a – число правильних відповідей або виконаних суттєвих операцій відповідно до еталону рішення; m – загальна кількість запитань або суттєвих операцій еталону.

Індивідуальні завдання та контрольні роботи оцінюються експертне за допомогою критеріїв, що характеризують співвідношення вимог до рівня компетентностей і показників оцінки за рейтинговою шкалою.

Зміст критеріїв спирається на компетентнісні характеристики, визначені НРК для бакалаврського рівня вищої освіти (подано нижче).

Загальні критерії досягнення результатів навчання для 7-го кваліфікаційного рівня за НРК (бакалавр)

Інтегральна компетентність – здатність розв'язувати складні задачі і проблеми у певній галузі професійної діяльності або у процесі навчання, що передбачає проведення досліджень та/або здійснення інновацій та характеризується невизначеністю умов і вимог.

Дескриптори НРК	Вимоги до знань, умінь, комунікації, автономності та відповідальності	Показник оцінки
Знання		
– концептуальні знання, набуті у процесі навчання та професійної діяльності, включаючи певні знання сучасних	Відповідь відмінна – правильна, обґрунтована, осмислена. Характеризує наявність: - концептуальних знань; - високого ступеню володіння станом питання; - критичного осмислення основних теорій, принципів, методів і понять у навчанні та	95-100

Дескриптори НРК	Вимоги до знань, умінь, комунікації, автономності та відповідальності	Показник оцінки
досягнень; ♦ – критичне осмислення основних теорій, принципів, методів і понять у навчанні та професійній діяльності	професійній діяльності	
	Відповідь містить негрубі помилки або описки	90-94
	Відповідь правильна, але має певні неточності	85-89
	Відповідь правильна, але має певні неточності й недостатньо обґрунтована	80-84
	Відповідь правильна, але має певні неточності, недостатньо обґрунтована та осмислена	75-79
	Відповідь фрагментарна	70-74
	Відповідь демонструє нечіткі уявлення студента про об'єкт вивчення	65-69
	Рівень знань мінімально задовільний	60-64
	Рівень знань незадовільний	<60
Уміння		
розв'язання складних непередбачуваних задач і проблем у спеціалізованих сферах професійної діяльності та/або навчання, що передбачає збирання та інтерпретацію інформації (даних), вибір методів та інструментальних засобів, застосування інноваційних підходів	Відповідь характеризує уміння: - виявляти проблеми; - формулювати гіпотези; - розв'язувати проблеми; - обирати адекватні методи та інструментальні засоби; - збирати та логічно й зрозуміло інтерпретувати інформацію; - використовувати інноваційні підходи до розв'язання завдання	95-100
	Відповідь характеризує уміння застосовувати знання в практичній діяльності з негрубими помилками	90-94
	Відповідь характеризує уміння застосовувати знання в практичній діяльності, але має певні неточності при реалізації однієї вимоги	85-89
	Відповідь характеризує уміння застосовувати знання в практичній діяльності, але має певні неточності при реалізації двох вимог	80-84
	Відповідь характеризує уміння застосовувати знання в практичній діяльності, але має певні неточності при реалізації трьох вимог	75-79
	Відповідь характеризує уміння застосовувати знання в практичній діяльності, але має певні неточності при реалізації чотирьох вимог	70-74
	Відповідь характеризує уміння застосовувати знання в практичній діяльності при виконанні	65-69

Дескриптори НРК	Вимоги до знань, умінь, комунікації, автономності та відповідальності	Показник оцінки
	завдань за зразком	
	Відповідь характеризує застосовувати знання при виконанні завдань за зразком, але з неточностями	60-64
	рівень умінь незадовільний	<60
Комунікація		
<ul style="list-style-type: none"> ♦ донесення до фахівців і нефахівців інформації, ідей, проблем, рішень та власного досвіду в галузі професійної діяльності; ♦ здатність ефективно формувати комунікаційну стратегію 	<p>Вільне володіння проблематикою галузі. Зрозумілість відповіді (доповіді). Мова:</p> <ul style="list-style-type: none"> - правильна; - чиста; - ясна; - точна; - логічна; - виразна; - лаконічна. <p>Комунікаційна стратегія:</p> <ul style="list-style-type: none"> - послідовний і несуперечливий розвиток думки; - наявність логічних власних суджень; - доречна аргументації та її відповідність відстоюваним положенням; - правильна структура відповіді (доповіді); - правильність відповідей на запитання; - доречна техніка відповідей на запитання; - здатність робити висновки та формулювати пропозиції 	95-100
	<p>Достатнє володіння проблематикою галузі з незначними хибами. Достатня зрозумілість відповіді (доповіді) з незначними хибами. Доречна комунікаційна стратегія з незначними хибами</p>	90-94
	<p>Добре володіння проблематикою галузі. Добра зрозумілість відповіді (доповіді) та доречна комунікаційна стратегія (сумарно не реалізовано три вимоги)</p>	85-89
	<p>Добре володіння проблематикою галузі. Добра зрозумілість відповіді (доповіді) та доречна комунікаційна стратегія (сумарно не реалізовано чотири вимоги)</p>	80-84

Дескриптори НРК	Вимоги до знань, умінь, комунікації, автономності та відповідальності	Показник оцінки
	Добре володіння проблематикою галузі. Добра зрозумілість відповіді (доповіді) та доречна комунікаційна стратегія (сумарно не реалізовано п'ять вимог)	75-79
	Задовільне володіння проблематикою галузі. Задовільна зрозумілість відповіді (доповіді) та доречна комунікаційна стратегія (сумарно не реалізовано сім вимог)	70-74
	Часткове володіння проблематикою галузі. Задовільна зрозумілість відповіді (доповіді) та комунікаційна стратегія з хибами (сумарно не реалізовано дев'ять вимог)	65-69
	Фрагментарне володіння проблематикою галузі. Задовільна зрозумілість відповіді (доповіді) та комунікаційна стратегія з хибами (сумарно не реалізовано 10 вимог)	60-64
	Рівень комунікації незадовільний	<60
<i>Автономність та відповідальність</i>		
<ul style="list-style-type: none"> ♦ управління комплексними діями або проектами, відповідальність за прийняття рішень у непередбачуваних умовах; ♦ відповідальність за професійний розвиток окремих осіб та/або груп осіб; ♦ здатність до подальшого навчання з високим рівнем автономності 	<p>Відмінне володіння компетенціями менеджменту особистості, орієнтованих на:</p> <p>1) управління комплексними проектами, що передбачає:</p> <ul style="list-style-type: none"> - дослідницький характер навчальної діяльності, позначена вмінням самостійно оцінювати різноманітні життєві ситуації, явища, факти, виявляти і відстоювати особисту позицію; - здатність до роботи в команді; - контроль власних дій; <p>2) відповідальність за прийняття рішень в непередбачуваних умовах, що включає:</p> <ul style="list-style-type: none"> - обґрунтування власних рішень положеннями нормативної бази галузевого та державного рівнів; - самостійність під час виконання поставлених завдань; - ініціативу в обговоренні проблем; - відповідальність за взаємовідносини; <p>3) відповідальність за професійний розвиток окремих осіб та/або груп осіб, що передбачає:</p>	95-100

Дескриптори НРК	Вимоги до знань, умінь, комунікації, автономності та відповідальності	Показник оцінки
	<ul style="list-style-type: none"> - використання професійно-орієнтовних навичок; - використання доказів із самостійною і правильною аргументацією; - володіння всіма видами навчальної діяльності; 4) здатність до подальшого навчання з високим рівнем автономності, що передбачає: <ul style="list-style-type: none"> - ступінь володіння фундаментальними знаннями; - самостійність оцінних суджень; - високий рівень сформованості загальнонавчальних умінь і навичок; - самостійний пошук та аналіз джерел інформації 	
	Упевнене володіння компетенціями менеджменту особистості (не реалізовано дві вимоги)	90-94
	Добре володіння компетенціями менеджменту особистості (не реалізовано три вимоги)	85-89
	Добре володіння компетенціями менеджменту особистості (не реалізовано чотири вимоги)	80-84
	Добре володіння компетенціями менеджменту особистості (не реалізовано шість вимог)	75-79
	Задовільне володіння компетенціями менеджменту особистості (не реалізовано сім вимог)	70-74
	Задовільне володіння компетенціями менеджменту особистості (не реалізовано вісім вимог)	65-69
	Рівень автономності та відповідальності фрагментарний	60-64
	Рівень автономності та відповідальності незадовільний	<60

7 ІНСТРУМЕНТИ, ОБЛАДНАННЯ ТА ПРОГРАМНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

Мультимедійні засоби навчання.

8. РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ

1. Цивільний кодекс України [Електронне джерело]: Режим доступу URL: / <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/435-15> [Заголовок з екрану]
2. Господарський кодекс України // [Електронний ресурс]: Режим доступу URL: <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/436-15/page8> [Заголовок з екрану]
3. Закон України «Про охорону прав на знаки для товарів і послуг» // Офіційний веб-сайт Верховної Ради України // [Електронне джерело]: Режим доступу URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/3689-12> [Заголовок з екрану]
4. Закон України «Про захист прав споживачів» [Електронне джерело]: Режим доступу URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1023-12> [Заголовок з екрану]
5. Закон України «Про рекламу» [Електронне джерело]: Режим доступу URL: // <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/270/96-%D0%B2%D1%80> [Заголовок з екрану]
6. Закон України «Про захист від недобросовісної конкуренції» [Електронне джерело]: Режим доступу URL: // <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/236/96-%D0%B2%D1%80> [Заголовок з екрану]
7. Закон України «Про благодійництво та благодійні організації» [Електронне джерело]: Режим доступу URL: // <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/531/97-%D0%B2%D1%80> [Заголовок з екрану]
8. Законы: торговые марки, товарные знаки и патенты // <http://tm.ua/laws.php> [Заголовок з екрану]
9. Офіційний сайт Державної служби статистики України <http://www.ukrstat.gov.ua> [Заголовок з екрану]
10. Угода про торговельні аспекти прав інтелектуальної власності // Офіційний вісник України від 12.11.2010 — 2010 р., № 84, - 503 с.
11. Паризька конвенція про охорону промислової власності від 20 березня 1883 року [Електронне джерело]: Режим доступу URL: // <http://zakon.nau.ua/doc/?uid=1014.536.2&nobreak=1> [Заголовок з екрану]
12. WIPOIPStatisticsDataCenter // <http://www.wipo.int/ipstats/en/> [Заголовок з екрану]
13. Oslo Manual Guidelines for Collecting and Interpreting Innovation Data, 3rd Edition // Organization of Economic Co-operation and development. Statistical Service Eurostat: [Електронне джерело]: Режим доступу URL: http://www.keepeek.com/Digital-Asset-Management/oecd/science-and-technology/oslo-manual_9789264013100-en [Заголовок з екрану]

14. Класифікації видів економічної діяльності. Методологічні основи та пояснення до позицій. // [Електронний ресурс]: Режим доступу URL: <http://ukrstat.gov.ua/klasf/klasif/kved.rar> [Заголовок з екрану]
15. Standard International Trade Classification, Revision 3 [Електронний ресурс]: Режим доступу URL: <http://www.stats.gov.cn/tjyj/gwtj/P020061226565027342955.pdf> [Заголовок з екрану]
16. Агентство патентів і торгових марок США (the United States Patent and Trademark Office) // Official web-site of the United States Patent and Trademark Office / [Електронне джерело]: Режим доступу URL: // <http://www.uspto.gov/trademarks/index.jsp>[Заголовок з екрану]
17. Американська асоціація маркетингу (American Marketing Associations – AMA) // Official web-site of the American Marketing Associations / [Електронне джерело]: Режим доступу URL: // http://www.marketingpower.com/_layouts/Dictionary.aspx?dLetter=B[Заголовок з екрану]
18. Official web-site of the Marketing Accountability Standards Board (MASB) / [Електронне джерело]: Режим доступу URL: <http://www.themasb.org/common-language> [Заголовок з екрану]
19. The Oxford Russian Dictionary / English-Russian, Russian-English / Edited and Updated: Oxford University Press. – 1340 с.
20. Maslow's hierarchy of needs / [Електронне джерело]: Режим доступу URL: // <http://www.businessdictionary.com/definition/Maslow-s-hierarchy-of-needs.html?nl=bdtod> [Заголовок з екрану]
21. Ел Райс, Джек Траут Маркетингові війни. Світовий бестселер — для нової генерації маркетологів. / пер. с англ. изд. – К.: Фабула, 2019. – 240 с.
22. Official web-site of the BrandSystem / [Електронне джерело]: Режим доступу URL: <http://brandsystem.biz/ru/brand-slovar/brand-identity.html> [Заголовок з екрану]
23. Бренд-менеджмент: теорія і практика.-навч. посібник 2015. / укл.: І. В. Струтинська / [Електронне джерело]: Режим доступу URL: http://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/123456789/7116/6/Navchalno_metodychnyj_pidruchnyk.pdf [Заголовок з екрану]
24. Вадим Пустотін Глобальні тренди у бренд-менеджменті, 05 жовтня 2018 року/ [Електронне джерело]: Режим доступу URL: <http://open.kmbis.ua/global-brand-management-trends/> [Заголовок з екрану]
25. Зозульов О. В., Григораш М. О. Корпоративний бренд: сутність та особливості / О. В. Зозульов, М. О. Григораш // Маркетинг в Україні. - 2010. - № 2. - С. 36-42. - Режим доступу URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Mvu_2010_2_8 [Заголовок з екрану]

26. Гейер Г.В. Фінансова вартість брендів і методи її оцінки. Режим доступу URL: <http://univer.km.ua/visnyk/1194.pdf>[Заголовок з екрану]
27. Ковальов А. В., Шиян А. О. Теоретичні основи бренду, брендингу та ребрендингу. Режим доступу URL: <http://journals.uran.ua/index.php/2225-6407/article/view/24116> [Заголовок з екрану]