



## Syllabus of the educational discipline «Brand Management»

|  |   |
|--|---|
| <b>Branch of Knowledge</b>                                   | <i>All</i>  |
| <b>Specialty</b>   | <i>All</i>  |
| <b>Educational level</b>                                     | <i>First (Master)</i>   |
| <b>Type of discipline</b>                                    | <i>Elective</i>   |
| <b>The language of teaching, learning and rating</b>         | <i>English</i>  |
| <b>Year / semester</b>                                       | <i>1 year, 1semester</i>  |
| <b>Number of credits ECTS</b>                                | <i>Number of credits according to curriculum 5</i>  |
| <b>Distribution by types of trainings and hours of study</b> | <i>Lectures – 20 hours</i><br><i>Practical classes – 20 hours</i><br><i>Individual work – 110 hours</i>                                   |
| <b>Form of final assessment</b>                              | <i>Test</i>   |
| <b>Department</b>  | <i>Management, logistics and innovation, room 225, 702-02-65, <a href="http://www.eeml.hneu.edu.ua/">http://www.eeml.hneu.edu.ua/</a></i> |
| <b>Teacher' contacts</b>                                     | <i>Maryna Martynenko, professor</i>   |
| <b>Contact Information teacher</b>                           | <i>Maryna.martynenko@hneu.net</i>   |
| <b>Days of the classes</b>                                   | <i>Saturday</i>   |
| <b>Consultations</b>   | <i>By arrangement remotely on the platform Meet, Zoom</i>   |

### **Purpose of the discipline:**

The purpose of the discipline is to let students form a combination of knowledge and skills about the modern concept of brand management, about the conditions, mechanism and tools of its use in the activities of enterprises.

### **Prerequisites for learning**

*List of previously listened disciplines: Marketing, Management, Consumer Behavior*

### **Program of the discipline**

#### **Content module 1. Theoretical bases of brand management and stages of branding**

- Theme 1. Essence of the brand and history of its evolution*
- Theme 2. Brand-management strategies and their elements*
- Theme 3. Branding stages and brand management technologies*
- Theme 4. Planning brand formation and development*
- Theme 5. Analysis of brand formation and development*

#### **Content module 2. Practical aspects of brand management**

- Theme 6. Positioning and brand management*
- Theme 7. Integrated Communications in Brand Management*
- Theme 8. Models of formation and development of the brand. Rebranding*
- Theme 9. Legal bases of branding and its features in different spheres*
- Theme 10. Brand capital and its measurement*



**Material and technical support ( software) of the discipline  
multimedia equipment**

**Course page on the Moodle platform  
(personal training system)**

*Work program of the training course, technological map, methodical instructions for independent work and practical classes, CCP, presentations of lectures, sample of the pass*

on <https://pns.hneu.edu.ua/course/view.php?id=4333>

**Recommended literature**

**Main**

1. Келлер К. Л. Стратегический бренд-менеджмент: создание, оценка и управление марочным капиталом / К. Л. Келлер; пер. с англ. – [2-е изд.]. – М. : Издательский дом «Вильямс», 2005. – 704 с.
2. Ренделл Дж. Брендинг: краткий курс / Дж. Ренделл; пер. с англ. Р. Захарчева. – М. : ФАИР-ПРЕСС, 2003. – 216 с.
3. Стратегія ефективного брендингу : монографія / О. В. Кендюхов, С. М. Димитрова, Л. А. Радкевич, О. В. Кужилева – Донецьк : Вид. «Вебер» (Донецька філія), 2009. – 280 с.
4. Элвуд Я. 100 приемов эффективного брендинга / Я. Элвуд. – СПб. : Питер, 2002. – 368 с.

і т. д.

**Additional**

5. Аакер Д. Создание сильных брендов / Д. Аакер. – М. : ИД Гребенникова, 2003. – 440 с.
6. Аакер Д. А. Стратегическое рыночное управление / Д. А. Аакер. – [6-е изд.]. – СПб. : Питер, 2002. – 544 с.
7. Д'Алессандро Д. Войны брендов: 10 правил создания непобедимой торговой марки / Д. Д'Алессандро. – СПб. : Питер, 2002. – 224 с.
8. Дэвис С. М. Управление активами торговой марки / С. М. Дэвис. – СПб. : Питер, 2001. – 272 с.
9. Капферер Ж.-Н. Бренд навсегда: создание, развитие, поддержка ценности бренда / Жан-Ноэль Капферер ; [под общ. ред. В. Н. Домнина; пер. с англ. Е. В. Виноградовой]. – М. : Вершина, 2007. – 448 с.
10. Кендюхов О. В. Ефективне управління інтелектуальним капіталом / О. В. Кендюхов : монографія. – НАН України, Інститут економіки промисловості ; ДонУЕП, 2008. – 363 с.
11. Маркетинговий менеджмент : навч. посібн. / Ф. Котлер, К.Л. Келлер, А.Ф. Павленко та ін. – К. : Вид. «Хімджест», 2008. – 288 с.
12. Ламбен Ж.-Ж. Менеджмент, ориентированный на рынок / Ж.-Ж. Ламбен ; [под ред. В. Б. Колчанов; пер. с англ.]. – СПб. : Питер, 2004. – 800 с.
13. Смит П. Коммуникации стратегического маркетинга : учеб. пособ. / П. Смит, К. Берри, А. Пулфорд ; [под ред. проф. Л. Ф. Никулина; пер. с англ.]. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2001. – 415 с.
14. Тесакова Н. Бренд и торговая марка: развод по-русски. Практика, опыт, технологии / Н. Тесакова, В. Тесаков. – СПб. : Питер, 2004. – 267 с.
15. Траут Дж. Большие бренды – большие проблемы! Учитесь на чужих ошибках / Дж. Траут. – СПб. : Питер, 2004. – 320 с.

**Internet resources**

1. Сервер Верховної Ради України. – Режим доступу : <http://www.rada.gov.ua>
2. ЛігаБізнесІнформ. – Режим доступу : <http://www.liga.net>
3. Нормативні акти України. – Режим доступу : <http://www.nau.kiev.ua>
4. Сайт Державного комітету статистики України. – Режим доступу : [www.ukrstat.gov.ua](http://www.ukrstat.gov.ua) (



5. Маркетинг журнал.ru. – Режим доступа : <http://www.4p.ru>
6. Advertology. Наука о рекламе. – Режим доступа : <http://www.advertology.ru>
7. Хесutive. Международное сообщество менеджеров. – Режим доступа : <http://www.hecutive.ru>
8. Реклама. Маркетинг. PR. – Режим доступа : <http://www.sostav.ru>

**Assessment system of learning outcomes**

During the current control, the student receives a maximum of 100 points and is considered certified if he received at least 60 points.

More detailed information on assessment is given in the technological map of the discipline.

**Material and technical support ( software) of the discipline**

**Accumulation of rating points in the discipline**

| Types of training      | Max points |
|------------------------|------------|
| Lectures work          | 10         |
| Practical classes work | 10         |
| Tests                  | 20         |
| Presentation           | 30         |
| Seminars               | 10         |
| Written Test           | 20         |
| <b>Max points</b>      | <b>100</b> |

**Transference of Simon Kuznets KHNUE Characteristics of Students' Progress into the System of the ECTS Scale**

| Total score on a 1000-point scale | ECTS assessment scale | Assessment on the national scale                                  |          |
|-----------------------------------|-----------------------|---|----------|
|                                   |                       | For exam, differentiated test, course project, practice, training | For pass |
| 90 – 100                          | A                     | excellent   | pass     |
| 82 – 89                           | B                     | good  |          |
| 74 – 81                           | C                     | satisfactory  |          |
| 64 – 73                           | D                     |   |          |
| 60 – 63                           | E                     | unsatisfactory  | Not pass |
| 35 – 59                           | FX                    |   |          |
| 1 – 34                            | F                     |   |          |

**Discipline policies**

*Policy of academic integrity,*

*Absenteeism policy,*

*Policy to perform tasks later than the deadline,*

*etc.*

**More detailed information about competencies, learning outcomes, teaching methods, assessment forms, independent training is given in the Syllabus ( working plan) of the educational discipline (link)**