



СИЛАБУС
вибіркової навчальної дисципліни
загальноуніверситетського каталогу
БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТ В СФЕРІ ОБСЛУГОВУВАННЯ
Обсяг (3 кредити/ 90 годин)

другого рівня вищої освіти

ІНФОРМАЦІЯ ПРО ВИКЛАДАЧА



ШЕЛЕМЕТЬЄВА Тетяна Вячеславівна,
професор кафедри ТГтаРБ, доктор
економічних наук, професор
Контактна інформація:

- 0973666554;

- t.shelemetieva@gmail.com;

- IV навчальний корпус, аудиторія 385-А

Час і місце проведення консультацій:
згідно з графіком

<https://zp.edu.ua/rozkladzanyat-ta-konsultaciy-3>

IV навчальний корпус, аудиторія 385-А

ОПИС КУРСУ

Сфера обслуговування є важливою частиною національного господарства. Це всі його галузі, які виробляють особливий продукт, що представляє собою цілеспрямовану обґрунтовану діяльність, а саме – послугу. У сучасних умовах стрімко розвиваються різні ринки, частіше з'являються нові товари та послуги, скорочується життєвий цикл товарів та значно зростає активність конкурентів. Все це створює передумови для прискорення інноваційних змін в маркетингу та створення нових управлінських маркетингових концепцій та технологій. До цих інновацій відносяться інформаційні маркетингові технології, бренд-менеджмент, латеральний маркетинг, інтегровані маркетингові комунікації та ін. Бренд-менеджмент спрямований на створення і управління вартістю та капіталом брендів надає компаніям в сфері обслуговування реальні можливості не тільки зберігати стійку групу лояльних споживачів, але й значно збільшувати свою вартість за рахунок успішних брендів.

Саме брендинг сприяє формуванню лояльності споживачів, які готові платити більше за унікальну цінність бренду, альтернативи якій немає, та викликає інтерес інвесторів, які готові вкладати кошти в розвиток брендів із



досвідом, сформованою позитивною репутацією і лояльністю перевірених клієнтів.

Вивчення дисципліни «Бренд-менеджмент в сфері обслуговування» передбачає засвоєння навчального матеріалу на лекціях та практичних (семінарських) заняттях, а також у вільний від аудиторних занять час у формі самостійної навчальної роботи, призначеної формувати теоретичні та практичні знання з основ створення і просування брендів, формування мислення в аспектах ефективного управління брендами, розробці та підтримці брендкових стратегій підприємств в сфері обслуговування.

МЕТА, КОМПЕТЕНТНОСТІ ТА РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ

Мета курсу полягає у формуванні системи прикладних знань здобувачами у сфері управління брендами, розуміння концептуальних засад системного управління діяльністю у сфері брендингу, набуття умінь підготовки і прийняття управлінських рішень у сфері обслуговування (на прикладі підприємств туристичного та готельно-ресторанного бізнесу).

2. Компетентності та результати навчання, формування яких забезпечує вивчення дисципліни.

Загальні компетентності:

Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу у вітчизняному сегменті світової туристичної галузі.

Здатність діяти на основі етичних та нормативно-правових норм, що регулюють відносини людини з людиною, із суспільством і з навколишнім середовищем.

Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.

Здатність до використання методологічного апарату наукових досліджень для вирішення теоретичних та прикладних завдань, що постають перед фахівцями туристичної галузі.

Здатність працювати в команді з використанням сучасних комунікаційних методів міжособистісної взаємодії.

Спеціальні компетентності:

Здатність застосовувати науковий, аналітичний, методичний інструментарій, використовувати міждисциплінарні дослідження аналізу стану розвитку глобальних та локальних ринків туристичних послуг для розв'язання складних задач розвитку туристичного бізнесу.

Здатність систематизувати та синтезувати інформацію для врахування крос-культурних особливостей функціонування суб'єктів туристичного бізнесу.

Здатність створювати і впроваджувати продуктові, сервісні, організаційні, соціальні, управлінські, інфраструктурні, маркетингові інновації у господарську діяльність суб'єктів туристичного бізнесу.

Здатність забезпечувати ефективну сервісну, комерційну, виробничу, маркетингову, економічну діяльність суб'єктів туристичного бізнесу.



Здатність координувати та регулювати взаємовідносини з партнерами та споживачами.

Здатність до підприємницької діяльності.

Здатність до самостійного опанування новими знаннями, використання інноваційних технологій у сфері туристичного бізнесу.

Здатність приймати оптимальні управлінські рішення і вміння застосовувати інформаційні та digital-технології в побудові вектору розвитку туристичних підприємств, оцінювати ризики реалізації альтернативних стратегічних бізнес-напрямків.

Очікувані програмні результати навчання:

Розробляти і приймати ефективні рішення з питань розвитку суб'єктів туристичного бізнесу, враховуючи цілі, ресурси, обмеження та ризики, забезпечувати їх реалізацію, аналізувати і порівнювати альтернативи, оцінювати ризики та імовірні наслідки їх впливу.

Вільно спілкуватись усно і письмово українською та англійською мовами при обговоренні професійних питань, досліджень та інновацій в сфері туристичного бізнесу.

Розробляти, впроваджувати та застосовувати сучасні методи оцінювання ефективності впровадження інновацій в туристичного бізнесі.

Оцінювати нові ринкові можливості, формулювати бізнес-ідеї та розробляти маркетингові заходи з невизначених умов і вимог, що потребують застосування нових підходів, методів та інструментарію соціально-економічних досліджень.

Відшуковувати необхідні дані в науковій літературі, базах даних та інших джерелах, аналізувати та оцінювати ці дані, систематизувати й упорядковувати інформацію для вирішення комплексних задач професійної діяльності.

Досліджувати моделі розвитку міжнародних та національних туристичних корпорацій.

Здійснювати дослідження та/або провадити інноваційну діяльність з метою отримання нових знань та створення нових технологій та видів послуг (продукції) в сфері туристичного бізнесу та в ширших мультидисциплінарних контекстах.

Формулювати і перевіряти гіпотези, ідентифікувати наукові проблеми, обирати методики та аналітичний інструментарій їх дослідження, аналізувати результати, обґрунтовувати висновки.

ПЕРЕДУМОВИ ДЛЯ ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

Для вивчення курсу здобувачі потребують базових знань з основ економіки, менеджменту, маркетингу.

Вивчення дисципліни «Бренд-менеджмент в сфері обслуговування» пов'язано з вивченням таких дисциплін як: «Економіка підприємства», «Основи менеджменту», «Маркетинг», «Організація підприємницької діяльності», «Організація туризму», «Економіка туризму», «Маркетинг в



туризмі», «Менеджмент туризму», «Маркетинг в готельно-ресторанній справі», «Менеджмент в готельно-ресторанній справі», «Психологія», «Реклама в туризмі» тощо.

ПЕРЕЛІК ТЕМ (ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН) ДИСЦИПЛІНИ

Таблиця 1 – Загальний тематичний план аудиторної роботи

Номер тижня	Теми лекцій, год.	Теми лабораторних/практичних робіт або семінарів, год.
1	2	3
Змістовий модуль 1		
1	Тема 1. Бренд-менеджмент: поняття, зміст, правові основи, (2 год.)	Пр. № 1. «Бренд-менеджмент: поняття, зміст, правові основи», (2 год.)
2		
3	Тема 2. Класифікація брендів, основні типи бренд-менеджменту, (2 год.)	Пр. № 2. «Класифікація брендів, основні типи бренд-менеджменту», (2 год.)
4		
5	Тема 3. Зміст, структура, функції та атрибути бренду, (2 год.)	Пр. № 3. «Зміст, структура, функції та атрибути бренду, (2 год.)»
6		
7	Рубіжний контроль 1	Пр.№4 Підсумкове тестування 1 (2 год)
Змістовий модуль 2		
8	Тема 4. Практичні аспекти бренд-менеджменту в сфері обслуговування (на прикладі підприємств туристичного та готельно-ресторанного бізнесу), (2 год.)	Пр. № 5. «Практичні аспекти бренд-менеджменту в сфері обслуговування (на прикладі підприємств туристичного та готельно-ресторанного бізнесу)», (2 год.)
9		
10	Тема.5. Особливості управління брендингом та ребрендингом в сфері обслуговування, (2 год.)	Пр. № 6. «Особливості управління брендингом та ребрендингом в сфері обслуговування», (2 год.)
11		
12	Тема 6. Розвиток бренду в сучасних умовах, (2 год.)	Пр. № 7. «Розвиток бренду в сучасних умовах», (2 год.)
13		
14	Рубіжний контроль 2	Пр.№8 Підсумкове тестування 2 (2 год)
15	Підсумковий контроль	(2 год.)

САМОСТІЙНА РОБОТА

Сучасна освіта будується, насамперед, на формування у майбутніх спеціалістів у сфері обслуговування необхідних компетентностей, серед яких важливою є здатність до самостійної роботи, тому, під час вивчення курсу



«Бренд-менеджмент в сфері обслуговування» поряд з аудиторними заняттями підвищена увага приділяється організації і проведенню самостійної роботи.

Метою самостійної роботи є активізація засвоєння здобувачами теоретичних знань, формування навичок творчого опрацювання навчального матеріалу для підготовки до контрольних заходів та застосування у подальшій роботі.

Самостійна робота здобувачів повинна стимулювати прагнення до наукового пошуку, створювати умови для професійного зростання та самовдосконалення.

Зміст самостійної роботи для здобувачів денної та заочної форм навчання:

1. Поглиблене вивчення питань тем за методичними вказівками викладача.
2. Систематичне опрацювання лекційного матеріалу, запропонованої базової та допоміжної літератури з питань курсу.
3. Систематична підготовка до практичних занять відповідно до запропонованих планів їх проведення (переліку питань).
4. Самостійна підготовка до рубіжного та підсумкового контролю.

Під час самостійного опрацювання тем за змістовними модулями здобувачам вищої освіти рекомендовано опановувати навички неформальної освіти на сучасних освітніх платформах, участь в вебінарах з тематики курсу, майстер-класах (посилання на відповідні ресурси біля тем).

Під час самостійного опрацювання тем за змістовними модулями здобувачам вищої освіти рекомендовано опановувати навички неформальної освіти на сучасних освітніх платформах, участь в вебінарах з тематики курсу, майстер-класах (посилання на відповідні ресурси біля тем).

Онлайн курси, які можуть бути корисними для попереднього вивчення та в процесі набуття компетентностей за неформальною освітою:

1. Візуалізація даних. URL: https://prometheus.org.ua/course/course-v1:IRF+DV101+2016_T3
2. Курс на експорт. URL: https://prometheus.org.ua/course/course-v1:NP+EXP101+2018_T3

Здобувач повинен опрацювати необхідний обсяг навчальної літератури та нормативно-правових актів. У ході засвоєння програми курсу, під час підготовки до підсумкового контролю здобувачам рекомендується звертатись до першоджерел (нормативно-правових актів, Конституції України, законів, наказів, інструкцій міністерств та інших нормативно-правових документів, державних та міжнародних стандартів) і до монографічної літератури, в якій висвітлено основні погляди на відповідні проблеми, використання бренду для підвищення конкурентоспроможності суб'єкта господарювання.

Здобувачи мають змогу завантажити свої напрацювання в систему дистанційного навчання (moodle) НУ «Запорізька політехніка» (<https://moodle.zp.edu.ua/>).



РЕКОМЕНДОВАНІ ІНФОРМАЦІЙНІ ТА НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНІ ДЖЕРЕЛА

Навчально-методичні розробки:

1. Шелеметьєва Т. В. Опорний конспект лекцій з дисципліни «Бренд-менеджмент» для студентів спеціальності 241 «Готельно-ресторанна справа» денної та заочної форм навчання. Запоріжжя : НУ «Запорізька політехніка», 2019. 45 с.

2. Шелеметьєва Т. В. Методичні вказівки з організації практичних та самостійних робіт з дисципліни «Бренд-менеджмент» для студентів спеціальності 242 «Туризм» денної та заочної форм навчання. Запоріжжя: НУ «Запорізька політехніка», 2019. 30 с.

3. Шелеметьєва Т. В. Методичні вказівки з організації практичних та самостійних робіт студентів з дисципліни «Бренд-менеджмент» для студентів спеціальності 242 «Туризм» денної та заочної форм навчання. Запоріжжя: НУ «Запорізька політехніка», 2021. 37 с.

Літературні джерела:

1. Кузнецова К.О. Бренд-менеджмент. / навч. посібник. Київ : КПІ ім. Ігоря Сокірського, 2020. 76 с.

2. Смерічевський С. Ф., Петропавловська С. Є., Радченко О.А. Бренд-менеджмент / навч. посібник. Київ : НАУ, 2019. 156 с.

3. Скрутинська І. В. Бренд-менеджмент: теорія і практика / навч. посібник. Тернопіль : Прінт-офіс, 2015. 204 с.

4. Шелеметьєва Т. В. Теоретичні та прикладні аспекти управління розвитком туризму в Україні : монографія / Т. В. Шелеметьєва. Запоріжжя : 2019. 356 с.

5. Шелеметьєва Т. В., Бурунов О. В. Особливості бренд-менеджменту в туристичній діяльності. «Тиждень науки – 2020» : матеріали щорічної науково-практичної конференції викладачів, науковців, молодих учених, аспірантів, студентів. НУ «Запорізька політехніка», 2020. С. 82–83.

6. Шелеметьєва Т. В., Періг А. А. Управління брендом підприємства ресторанного господарства. «Світовий та вітчизняний досвід функціонування туристичних дестинацій» : матеріали всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції, м. Харків, 30 жовтня 2020 р. С. 212–213.

7. Шелеметьєва Т. В. Бренд міста як важливий засіб розвитку внутрішнього та в'їзного туризму. «Стратегічні перспективи туристичної та готельно-ресторанної індустрії в Україні: теорія, практика та інновації розвитку» : матеріали Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції, 28-29 жовтня 2020 р. Умань: ВПЦ «Візаві», 2020. С. 263–264.

8. Шелеметьєва Т. В. Бренд подій як важливий чинник розвитку регіонального туризму. «Тиждень науки – 2021» : матеріали щорічної науково-практичної конференції викладачів, науковців, молодих учених, аспірантів, студентів. НУ «Запорізька політехніка», 2021. С. 15–17.

9. Шелеметьєва Т. В. Теорія бренд-менеджменту в сфері обслуговування (на прикладі туристичного та готельно-ресторанного бізнесу).



Світові досягнення і сучасні тенденції розвитку туризму та готельно-ресторанного господарства: матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції, м. Запоріжжя, 10 листопада 2023 р. [Електронний ресурс] : колектив авторів ; за заг. ред. проф. В. М. Зайцевої ; Електрон. дані. – Запоріжжя: НУ «Запорізька політехніка», 2023. 1268 с. 1 електрон. опт. диск (DVD-ROM); 12 см. Назва з тит. екрана. С. 744–749.

10. Біленко М.О., Шелеметьєва Т. В. Основні етапи процесу розробки та впровадження туристичного бренду острова Хортиця. *Світові досягнення і сучасні тенденції розвитку туризму та готельно-ресторанного господарства*: матеріали Міжнар. наук.-практ. конф., 25 листопада 2022 р. Запоріжжя, 2022 р. С. 62–65.

11. Шелеметьєва Т. В., Бондаренко К. В. Світовий та вітчизняний досвід брендування у готельно-ресторанному бізнесі. «Тиждень науки – 2023» : матеріали Щоріч. наук.-практ. конф. виклад., наук., молод. учен., аспір., студ. Запоріжжя, НУ «Запорізька політехніка», 2023. С. 162–166.

ОЦІНЮВАННЯ

Згідно з діючою в університеті системою комплексної діагностики знань студентів, з метою стимулювання планомірної та систематичної навчальної роботи, оцінка знань студентів здійснюється за 100-бальною системою.

Кожен модуль оцінюється за 100-бальною шкалою.

Форми контролю знань здобувачів:

- поточний;
- рубіжний;
- підсумковий (залік).

Позитивною вважається оцінка від 60 до 100 балів. Поточний контроль знань здобувачів протягом одного семестру включає оцінку за роботу на лекційних, практичних (семінарських) заняттях та самостійну роботу.

Засвоєння тем розділів (поточний контроль) здійснюється на практичних заняттях відповідно до контрольних цілей.

Основне завдання поточного контролю – перевірка рівня підготовки здобувачів до виконання конкретної роботи. Поточний контроль і оцінювання результатів навчання передбачає виставлення оцінок за всіма формами проведення занять:

- контроль засвоєння теоретичного та практичного матеріалу (тестування, усне опитування);
- контроль та оцінювання активності роботи слухача під час лекційних та практичних (семінарських) занять (групова дискусія);
- контроль та оцінювання вмінь проводити дослідження та презентувати із застосуванням сучасних інформаційних технологій (презентації використовуючи Microsoft PowerPoint).

Максимально під час навчання здобувач може отримати 60 балів в ході лекційних та практичних (семінарських) занять.



Рубіжний контроль здійснюється за підсумками змістовних модулів (підсумкове тестування).

Підсумковий контроль засвоєння розділів здійснюється по їх завершенню на основі проведення заліку.

Кожен здобувач заочної форми навчання виконує контрольну роботу за варіантом. Кожен варіант контрольної роботи оцінюється в 60 балів максимум. Після перевірки викладачем контрольної роботи в Мудлі викладач допускає здобувача до отримання заліку. Крім того здобувачі заочної форми навчання для отримання заліку проходять підсумкове Тест до модуля 1 та Тест до модуля 2 в системі Мудл.

ПОЛІТИКИ КУРСУ

Для успішного проходження курсу та складання контрольних заходів необхідним є вивчення навчального матеріалу за кожною темою. Специфіка курсу здебільшого передбачає акцент на розумінні підходів і принципів, ніж запам'ятовування визначень. Кожен здобувач повинен ознайомитися і слідувати Положенню про академічну доброчесність Національного університету «Запорізька політехніка» https://zp.edu.ua/uploads/dept_nm/Nakaz_N253_vid_29.06.21.pdf, Статуту і Правил внутрішнього розпорядку Національного університету «Запорізька політехніка» <https://zp.edu.ua/uploads/Statut-ZPNU.pdf>.

Зокрема, для успішного засвоєння програмного матеріалу здобувач зобов'язаний:

- не запізнюватися на заняття;
- не пропускати заняття, а в разі хвороби надати довідку;
- самостійно вивчити матеріал пропущеного заняття;
- системно і регулярно працювати з навчальною і науковою літературою;
- конструктивно підтримувати зворотній зв'язок на всіх заняттях;
- брати активну участь у навчальному процесі;
- своєчасно і акуратно виконувати завдання для самостійної роботи;
- бути терпимим і доброзичливим до однокурсників та викладачів;
- участь у контрольних заходах (поточний контроль, модульний контроль, контроль самостійної роботи; підсумковий контроль);
- будь-яке копіювання або відтворення результатів чужої праці, якщо тільки робота не має груповий формат, використання завантажених з Інтернету матеріалів кваліфікується як порушення норм і правил академічної доброчесності та передбачає притягнення винного до відповідальності, у порядку, визначеному чинним законодавством та Положенням про академічну доброчесність в Національному університеті «Запорізька політехніка».

Здобувач успішно навчається, якщо послідовно набирає кредити, необхідні для здобуття ступеня магістр. Для цього потрібно, щоб накопичувальний бал був не нижче, ніж 60 балів за даним курсом. Якщо накопичувальний бал нижче 60 балів, здобувач вважається неуспішним і може



бути відрахований відповідно до «Положення про організацію освітнього процесу в Національному університеті «Запорізька політехніка» (у новій редакції)». Передбачено перезарахування результатів навчання, отриманих у неформальній освіті за умови підтвердження результатів (сертифікат участі, грамота учасника конференції, сертифікат за призове місце в конкурсі тощо). Передбачається перезарахування результатів навчання у разі, якщо здобувач прослухав аналогічний курс (або його частину) у будь-якому університеті України або Європи, був учасником міжнародних проєктів.політехніка»
https://zp.edu.ua/uploads/dept_nm/Nakaz_N253_vid_29.06.21.pdf

ТЕХНІЧНІ ВИМОГИ ДЛЯ РОБОТИ НА КУРСІ

Щоб мати доступ до навчально-методичних розробок курсу необхідно мати особистий доступ до університетської навчальної платформи Moodle.

