

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КАРПАТСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ВАСИЛЯ СТЕФАНІКА



СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТ

Освітня програма «Бізнес-адміністрування»

Спеціальність **D3 «Менеджмент»**
Галузь знань **D Бізнес, адміністрування та право**

Затверджено на засіданні кафедри
менеджменту та бізнес-адміністрування
Протокол № 5 від «25» листопада 2025 р.

Івано-Франківськ, 2026-2027 н. р.

ЗМІСТ

1. Загальна інформація	3
2. Опис дисципліни	3
3. Структура дисципліни	4
4. Теми практичних занять	6
5. Самостійна робота здобувачів освіти	6
6. Індивідуальне завдання	6
7. Методи навчання	7
8. Система оцінювання дисципліни	8
9. Неформальна та інформальна освіта	11
10. Інформація про підвищення кваліфікації викладачів	11
11. Контактна інформація	12
12. Політика навчальної дисципліни	12
13. Ресурсне забезпечення	14

1. Загальна інформація

Назва дисципліни	Бренд-менеджмент	
Освітня програма	Бізнес-адміністрування	
Спеціалізація (за наявності)		
Спеціальність	D3 «Менеджмент»	
Галузь знань	D Бізнес, адміністрування та право	
Освітній рівень	Магістр	
Статус дисципліни	Вибіркова	
Курс / семестр	2 / 1	
Розподіл за видами занять та годинами навчання	Денна форма навчання: лекції – 10 год. практичні заняття – 20 год. самостійна робота – 60 год.	Заочна форма навчання: лекції – 4 год. практичні заняття – 6 год. самостійна робота – 80 год.
Мова викладання	українська	
Посилання на сайт дистанційного навчання	https://d-learn.pnu.edu.ua/	

2. Опис дисципліни

Мета та цілі дисципліни

Метою вивчення дисципліни «Бренд-менеджмент» є формування у здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти системного розуміння стратегічної ролі бренду в забезпеченні конкурентоспроможності бізнесу, оволодіння сучасними концепціями та інструментами управління брендом, а також розвиток здатності приймати обґрунтовані управлінські рішення щодо створення, позиціонування, розвитку та капіталізації брендів у динамічному ринковому середовищі.

У результаті опанування дисципліни здобувачі повинні:

- розуміти сутність бренду як стратегічного активу та інструменту створення довгострокової конкурентної переваги;
- аналізувати ринкове середовище та позиціонування бренду в конкурентному полі;
- формувати бренд-платформу (місія, візія, цінності, позиціонування, ціннісна пропозиція);
- розробляти бренд-стратегію в інтеграції з корпоративною та маркетинговою стратегіями організації;
- обґрунтовувати рішення щодо бренд-архітектури, розширення та портфельного управління брендами;
- оцінювати капітал бренду та ефективність бренд-менеджменту на основі кількісних і якісних показників;
- використовувати сучасні інструменти комунікацій та цифрового середовища для розвитку бренду;
- приймати управлінські рішення щодо розвитку та трансформації бренду в умовах невизначеності;
- уміти оцінювати ризики та ефективність бренд-стратегій на основі кількісних і якісних показників.

Опанування дисципліни забезпечує формування стратегічного управлінського мислення у сфері бренд-менеджменту та здатність інтегрувати маркетингові, фінансові й управлінські підходи для підвищення вартості бізнесу через ефективне управління брендом.

Компетентності	
<p>Інтегральна компетентність: Здатність розв'язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми, які характеризуються комплексністю і невизначеністю умов, у сфері менеджменту або у процесі навчання, що передбачає застосування теорій та методів соціальних та поведінкових наук.</p> <p>Загальні компетентності: ЗК3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу, синтезу. ЗК4. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях. ЗК10. Здатність до проведення досліджень на відповідному рівні. ЗК11. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації. ЗК16. Здатність ухвалювати рішення та діяти, дотримуючись принципу недопустимості корупції та будь-яких інших проявів недоброчесності.</p> <p>Спеціальні (фахові, предметні) компетентності: СК2. Здатність аналізувати результати діяльності організації, зіставляти їх з факторами впливу зовнішнього та внутрішнього середовища. СК5. Здатність управляти організацією та її підрозділами через реалізацію функцій менеджменту. СК7. Здатність обирати та використовувати сучасний інструментарій менеджменту. СК12. Здатність аналізувати й структурувати проблеми організації, формувати обґрунтовані рішення. СК16. Здатність обґрунтовувати цілі, а також конкурентні і функціональні стратегії організації.</p>	
Програмні результати навчання	
<p>Результати навчання: РН3. Демонструвати знання теорій, методів і функцій менеджменту, сучасних концепцій лідерства. РН4. Демонструвати навички виявлення проблем та обґрунтування управлінських рішень. РН6. Виявляти навички пошуку, збирання та аналізу інформації, розрахунку показників для обґрунтування управлінських рішень. РН8. Застосовувати методи менеджменту для забезпечення ефективності діяльності організації. РН11. Демонструвати навички аналізу ситуації та здійснення комунікації у різних сферах діяльності організації. РН21. Мати навички управління у міжнародному бізнес-середовищі.</p>	

3. Структура дисципліни

№	Тема	Результати навчання	Завдання
1	Тема 1. Стратегічна роль бренду в системі управління бізнесом.	<ul style="list-style-type: none"> - знають еволюцію концепцій бренд-менеджменту та сучасні підходи до управління брендом; - розуміють бренд як нематеріальний актив і джерело довгострокової конкурентної переваги; - здатні визначити місце бренд-стратегії в системі корпоративного управління. 	<ul style="list-style-type: none"> • тестові завдання на розмежування понять «товар», «торгова марка», «бренд»; • аналіз кейсів стратегічного розвитку брендів компаній; • дискусія «Чи може бізнес бути успішним без сильного бренду?».
2	Тема 2. Формування бренд-платформи	<ul style="list-style-type: none"> - знають структуру бренд-платформи (місія, візія, цінності, позиціонування, ціннісна 	<ul style="list-style-type: none"> • розробка бренд-платформи для обраного бізнесу; • вправи на формування

	та позиціонування.	пропозиція); - розуміють механізми формування унікальності бренду в конкурентному середовищі; - здатні розробляти концепцію позиціонування бренду.	позиціонування та value proposition; • презентація і взаємооцінювання результатів у групах.
3	Тема 3. Бренд-архітектура та управління портфелем брендів.	- знають моделі бренд-архітектури та принципи їх формування; - розуміють ризики та переваги розширення бренду; - здатні обґрунтовувати рішення щодо структури бренд-портфеля.	• аналіз структури бренд-портфеля міжнародних і національних компаній; • ситуаційні завдання щодо доцільності brand extension; • міні-кейс «Запуск нового бренду чи розвиток існуючого?».
4	Тема 4. Капітал бренду та оцінювання ефективності бренд-менеджменту.	- знають підходи до вимірювання капіталу бренду та ключові показники ефективності; - розуміють взаємозв'язок між брендом, лояльністю клієнтів і фінансовими результатами; - здатні аналізувати результати бренд-стратегії на основі кількісних і якісних даних.	• розрахунок і інтерпретація показників brand equity; • аналіз даних щодо впізнаваності та лояльності бренду; • дискусія «Чи можна точно виміряти вартість бренду?».
5	Тема 5. Цифрові комунікації та управління розвитком бренду в умовах невизначеності.	- знають інструменти цифрового середовища для формування та підтримки бренду; - розуміють особливості управління репутацією в онлайн-просторі; - здатні розробляти рішення щодо адаптації бренду до змін ринкового середовища.	• аналіз digital-кампаній брендів; • розробка комунікаційної стратегії для заданого сегмента; • кейс-обговорення «Репутаційна криза бренду в соціальних мережах».

4. Теми практичних занять

№	Назва теми	Кількість годин
1	Тема 1. Стратегічна роль бренду в системі управління бізнесом. Аналіз відмінностей між товаром, торговою маркою та брендом.	2
2	Тема 2. Стратегічна роль бренду в системі управління бізнесом. Визначення ролі бренду у формуванні конкурентних переваг підприємства.	2
3	Тема 3. Формування бренд-платформи. Розроблення місії, візії та цінностей бренду для обраної компанії.	2
4	Тема 4. Формування бренд-платформи. Побудова позиціонування та формування ціннісної пропозиції бренду.	2
5	Тема 5. Бренд-архітектура та портфельне управління. Аналіз моделей бренд-архітектури та обґрунтування вибору структури для компанії.	2
6	Тема 6. Бренд-архітектура та портфельне управління. Оцінювання доцільності розширення бренду та управління ризиками.	2
7	Тема 7. Капітал бренду та ефективність бренд-менеджменту.	2

	Визначення показників оцінювання brand equity та аналіз їх динаміки.	
8	Тема 8. Капітал бренду та ефективність бренд-менеджменту. Аналіз взаємозв'язку між лояльністю споживачів, впізнаваністю бренду та фінансовими результатами.	2
9	Тема 9. Цифрові комунікації в управлінні брендом. Розроблення digital-стратегії просування бренду в омніканальному середовищі.	2
10	Тема 10. Управління розвитком і трансформацією бренду. Прийняття управлінських рішень щодо ребрендингу або репозиціонування в умовах змін ринку.	2
	Разом	20

5. Самостійна робота здобувачів освіти

Самостійна робота студентів при вивченні дисципліни «Бренд-менеджмент» складається з таких видів робіт:

- підготовка до аудиторних занять (лекцій, практичних занять);
- самостійне поглиблене опрацювання тем навчальної дисципліни згідно з навчально-тематичним планом та проходження тестування за результатами опрацювання;
- підготовка індивідуального проекту.

№	Назва теми	Кількість годин
1	Тема 1. Стратегічна роль бренду в системі управління бізнесом. Аналіз відмінностей між товаром, торговою маркою та брендом.	6
2	Тема 2. Стратегічна роль бренду в системі управління бізнесом. Визначення ролі бренду у формуванні конкурентних переваг підприємства.	6
3	Тема 3. Формування бренд-платформи. Розроблення місії, візії та цінностей бренду для обраної компанії.	6
4	Тема 4. Формування бренд-платформи. Побудова позиціонування та формування ціннісної пропозиції бренду.	6
5	Тема 5. Бренд-архітектура та портфельне управління. Аналіз моделей бренд-архітектури та обґрунтування вибору структури для компанії.	6
6	Тема 6. Бренд-архітектура та портфельне управління. Оцінювання доцільності розширення бренду та управління ризиками.	6
7	Тема 7. Капітал бренду та ефективність бренд-менеджменту. Визначення показників оцінювання brand equity та аналіз їх динаміки.	6
8	Тема 8. Капітал бренду та ефективність бренд-менеджменту. Аналіз взаємозв'язку між лояльністю споживачів, впізнаваністю бренду та фінансовими результатами.	6
9	Тема 9. Цифрові комунікації в управлінні брендом. Розроблення digital-стратегії просування бренду в омніканальному середовищі.	6
10	Тема 10. Управління розвитком і трансформацією бренду. Прийняття управлінських рішень щодо ребрендингу або репозиціонування в умовах змін ринку.	6
	Разом	60

6. Індивідуальне завдання

(виконується в межах самостійної роботи)

Вивчення дисципліни «Бренд-менеджмент» передбачає обов'язкову підготовку індивідуального проєкту на тему «Стратегічний аудит бренду та розроблення бренд-стратегії розвитку». Мета завдання – формування здатності здійснювати комплексний аналіз бренду реальної організації та розробляти обґрунтовані стратегічні рішення щодо його позиціонування, розвитку та підвищення капіталізації.

Передбачено виконання індивідуального аналітичного проєкту на основі реальної організації, з якою забезпечено можливість безпосередньої комунікації або використання відкритих достовірних даних. Використання вигаданих компаній не допускається.

У межах завдання необхідно:

- 1) охарактеризувати організацію, її ринок та конкурентне середовище;
- 2) провести аналіз поточного стану бренду (позиціонування, цільова аудиторія, конкурентні переваги);
- 3) здійснити бренд-аудит із застосуванням щонайменше двох інструментів стратегічного аналізу;
- 4) визначити ключові проблеми або точки зростання бренду;
- 5) сформулювати бренд-платформу (місія, візія, цінності, позиціонування, ціннісна пропозиція);
- 6) обґрунтувати рішення щодо бренд-архітектури або можливого розширення бренду (за потреби);
- 7) розробити стратегічні напрями розвитку бренду та систему показників оцінювання ефективності;
- 8) здійснити коротку управлінську рефлексію щодо прийнятих рішень та можливих ризиків їх реалізації.

Обсяг і формат подання:

- аналітичний звіт (10–15 сторінок);
- презентація (10–15 слайдів);
- усна доповідь (5–7 хв.).

Оцінюється глибина стратегічного аналізу, логіка побудови бренд-стратегії, обґрунтованість управлінських рішень, реальність роботи з організацією та якість представлення результатів.

Детальні вимоги до виконання індивідуального проєкту, критерії оцінювання та розподіл балів визначені на сторінці курсу в системі дистанційного навчання.

7. Методи навчання

За характером пізнавальної діяльності, при вивченні дисципліни «Бренд-менеджмент» використовуються такі методи навчання:

Методи навчання	Характеристика
Наочні методи навчання	Ґрунтуються на візуальному сприйнятті інформації (читання лекцій та підготовка практичних завдань із використанням мультимедійних презентацій, демонстрація тематичних відеороликів).
Інтерактивні методи навчання	Ґрунтуються на принципі зворотного зв'язку, коли здобувач освіти отримує відповіді, зауваження та поради щодо певної проблематики від викладача чи одногрупників; коли здобувачі освіти взаємодіють між собою, а викладач виступає координатором та наставником, а також стежить за дотриманням навчальних та етичних норм. Серед інтерактивних методів навчання використовуються: відповіді на запитання та опитування думок здобувачів освіти, кейс-стаді, дискусії, мозковий штурм, ігровий метод.

Практичні методи навчання	Передбачають виконання практичних завдань. Серед практичних методів навчання використовуються практичні роботи, вправи, написання есе.
Інноваційні методи навчання	Поєднують інтерактивні та комп'ютерні технології. Серед інноваційних методів навчання використовуються: компетентнісний метод (спрямований на розвиток професійних навичок, вмінь та якостей здобувачів освіти), проектно-дослідницький метод (спрямований на вирішення проблемного питання через розвиток пошукових та аналітичних якостей здобувачів освіти, а також навичок командної роботи), використання інформаційно-комунікаційних технологій та діджитал-інструментів. Програми і сервіси, які використовуються: сервіси та програмні продукти від Microsoft, інструменти Google, графічні редактори Crello та Canva, хмарне презентаційне програмне забезпечення Prezi, конструктор лендінгових сторінок of.ua, Diagrams.net, Kahoot, Mentimeter, QR Генератор, Cutt.ly.
Методи дистанційного навчання	Ґрунтуються на використанні інформаційних технологій, у т.ч. університетської авторської системи дистанційного навчання, платформ для організації відеоконференцій: Zoom Video Communications, Google Meet, Cisco Webex.

8. Система оцінювання дисципліни

Поточний контроль проводиться на кожному практичному занятті за виступ та виконання письмового завдання студентом. Передбачає оцінювання теоретичної підготовки здобувачів вищої освіти із зазначеної теми під час роботи на практичних заняттях та набутих професійних навичок під час виконання практичних завдань.

Оцінювання відповідей здобувачів освіти на практичних заняттях відбувається згідно навчального розкладу за 100-бальною шкалою. Вага оцінки за кожен вид навчальної роботи та відповідну тему відображена у таблиці. Максимальна кількість балів, яку здобувач освіти може отримати за виконання завдань на практичних заняттях, складає 50 балів.

Накопичування балів під час вивчення дисципліни

№ теми											Разом
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Практичне заняття (опрацювання завдання)	2	2	3	3	3	3	3	2	2	2	25
Самостійна робота (тестування з теми)	2	2	3	3	3	3	3	2	2	2	25
Самостійна робота (проект)											50
Максимальна кількість балів											100

Критерії поточного оцінювання:

«90-100 балів» – здобувач вищої освіти в повному обсязі володіє навчальним матеріалом, вільно самостійно та аргументовано його викладає під час усних виступів та письмових відповідей (у т. ч. у вигляді мультимедійних презентацій), глибоко та всебічно розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, використовуючи при цьому обов'язкову та додаткову літературу.

«70-89 балів» – здобувач вищої освіти достатньо повно володіє навчальним матеріалом, обґрунтовано його викладає під час усних виступів та письмових відповідей (у т. ч. у вигляді мультимедійних презентацій), в основному розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, використовуючи при цьому обов'язкову літературу. Але при викладанні деяких

питань не вистачає достатньої глибини та аргументації, допускаються при цьому окремі несуттєві неточності та незначні помилки.

«50-69 балів» – здобувач вищої освіти в цілому володіє навчальним матеріалом викладає його основний зміст під час усних виступів та письмових відповідей (у т. ч. увигляді мультимедійних презентацій), але без глибокого всебічного аналізу, обґрунтування та аргументації, без використання необхідної літератури, допускаючи при цьому окремі суттєві неточності та помилки.

«Менше 50 балів» – здобувач вищої освіти не в повному обсязі володіє навчальним матеріалом. Фрагментарно, поверхово (без аргументації та обґрунтування) викладає його під час усних виступів та письмових відповідей, недостатньо розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, допускаючи при цьому суттєві неточності.

Додаткові бали до поточного контролю здобувач освіти може отримати, пройшовши навчальний курс у вигляді неформальної освіти з отриманням сертифікату в межах предмету вивчення дисципліни протягом навчального семестру, взявши участь у науковому, освітньому чи прикладному проєкті, який відповідає предмету дисципліни чи підготувавши дайджест (добір уривків з різних джерел на певну тематику). У форматі дайджестів можна зробити системний аналіз будь-якого теоретичного положення, розкрити різні точки зору на будь-яку проблему, тему, питання та зробити узагальнюючі висновки:

2 бали – нараховується здобувачам освіти, які пройшли навчальний курс у вигляді неформальної освіти з отриманням сертифікату в межах предмету вивчення дисципліни протягом навчального семестру.

2 бали – нараховується здобувачам освіти, які взяли участь у науковому, освітньому чи прикладному проєкті, який відповідає предмету дисципліни.

1 бал – нараховується здобувачам освіти, які підготували дайджест на певну тематику в межах вивчення дисципліни.

Також за рішенням кафедри менеджменту та бізнес-адміністрування здобувачам освіти, які брали участь у науково-дослідній роботі (роботі конференцій, студентських наукових гуртків та проблемних груп, підготовці публікацій), а також були учасниками олімпіад, конкурсів, можуть присуджуватися додаткові бали згідно «[Положення про порядок організації та проведення оцінювання успішності здобувачів вищої освіти Прикарпатського національного університету ім. Василя Стефаника](#)» (введено в дію наказом ректора №309 від 19 травня 2023 р.) (див. ст. 4). Ознайомитися із положенням можна за посиланням: <https://efund.cnu.edu.ua/wp-content/uploads/sites/172/2023/09/poriadok-orhanizatsii-ta-provedennia-otsiniuvannia-uspishnosti-zdobuvachiv-vyshchoi-osvity.pdf>

Контроль самостійної роботи.

Самостійна робота здобувачів освіти передбачає:

1. Тестування.
2. Підготовка індивідуального проєкту.

Тестовий контроль. Студент опрацьовує питання, що призначені для самостійного вивчення і для контролю проходить тестування в системі дистанційного навчання (d-learn.pnu.edu.ua) (дві спроби – кращий результат). Оцінювання за тестовий контроль здійснюється за 100-бальною шкалою. Максимальна кількість балів, яку здобувач освіти може отримати за тестовий контроль складає 35 балів.

Підготовка індивідуального проєкту. Вивчення дисципліни передбачає обов'язкову підготовку індивідуального проєкту. Оцінювання індивідуального проєкту здійснюється за 100-бальною шкалою. Максимальна кількість балів за індивідуальний проєкт складає 30 балів. Метою підготовки індивідуального проєкту є закріплення теоретичних знань і практичних навичок з дисципліни.

Критерії оцінювання індивідуального проєкту:

«90-100 балів» – індивідуальний проєкт виконано на високому рівні, вирішено усі поставлені завдання. Під час усного захисту проєкту здобувач освіти проявив повне володіння матеріалом та свій виступ супроводжував мультимедійною презентацією.

«70-89 балів» – індивідуальний проєкт містить деякі незначні помилки та суперечні питання, які можуть бути виправлені письмово, або захищені усно. Під час усного захисту

проєкту здобувач освіти проявив достатнє володіння матеріалом та свій виступ супроводжував мультимедійною презентацією.

«50-69 балів» – індивідуальний проєкт містить незначні помилки та суперечні питання, які можуть бути виправлені письмово, або захищені усно, проте сам проєкт не містить всебічного аналізу, а поставлені питання вирішені не повністю. Під час усного захисту проєкту здобувач освіти проявив загальне володіння матеріалом та свій виступ супроводжував мультимедійною презентацією.

«Менше 50 балів» – індивідуальний проєкт не відповідає поставленим завданням, допущені суттєві помилки та неточності.

Підсумковим семестровим контролем є підсумкове оцінювання результатів навчання здобувача вищої освіти за семестр, що з даної дисципліни здійснюється у формі заліку.

Семестровий контроль у формі заліку передбачає, що підсумкова оцінка (у 100-бальній шкалі) з навчальної дисципліни визначається як сума оцінок за поточний контроль знань.

Повторне складання заліків допускається не більше двох разів з кожної дисципліни: один раз викладачеві (талон №2) тестування в системі дистанційного навчання та усне опитування відповідно до програмових вимог, другий – комісії (талон №3) реалізується виключно у тестовій формі з використанням організаційно-технологічних процесів.

Якщо студент не склав навчальну дисципліну за талоном 3, дозволяється повторне вивчення навчальної дисципліни впродовж наступного семестру (планується за рахунок власного часу студента і не фінансується з бюджетних коштів). [Положення про порядок організації та проведення оцінювання успішності здобувачів вищої освіти Прикарпатського національного університету ім. Василя Стефаника](#) (введено в дію наказом ректора №309 від 19 травня 2023 р.)

Ознайомитися із положенням можна за посиланням: <https://efund.cnu.edu.ua/wp-content/uploads/sites/172/2023/09/poriadok-orhanizatsii-ta-provedennia-otsiniuvannia-uspishnosti-zdobuvachiv-vyshchoi-osvity.pdf>

Шкала оцінювання

Оцінка університетська	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою
90-100	A	відмінно
80-89	B	добре
70-79	C	
60-69	D	задовільно
50-59	E	
25-49	FX	незадовільно з можливістю повторного складання
0-24	F	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

9. Неформальна та інформальна освіта

Рекомендовані онлайн-курси:

1. Laba.ua. Бренд-менеджмент:
2. <https://laba.ua/lecture/3164-brand-management>
3. WebPromoExperts. Курс «Бренд-менеджер»:
<https://webpromoexperts.net/ua/courses/brend-menedzher/>
4. PRJCTR. Brand Strategy:
<https://prjctr.com/course/brand-strategy>
5. Prometheus. Основи маркетингу:
<https://prometheus.org.ua>

6. Prometheus. Цифровий маркетинг:
<https://prometheus.org.ua>
7. Coursera. Brand and Product Management:
<https://www.coursera.org/specializations/brand-product-management>
8. Coursera. Brand Management: Aligning Business, Brand and Behaviour:
<https://www.coursera.org/learn/brand-management>
9. Google Digital Garage. Основи цифрового маркетингу:
<https://learndigital.withgoogle.com/digitalgarage/course/digital-marketing>
10. SkillUp. Маркетинг і бренд-менеджмент:
<https://skillup.ua>
11. Udey. Branding Your Business: The Complete Branding Course:
<https://www.udemy.com/course/branding-your-business-the-complete-branding-course/>

10. Інформація про підвищення кваліфікації викладачів

Викладач	Різновид підвищення кваліфікації
Топольницька Тетяна Богданівна	<ol style="list-style-type: none"> 1. Участь в онлайн-форумі «Ментальне здоров'я: феномен щастя» на освітній платформі «4PEOPLE», сертифікат від 20.03.2025, обсягом 6 годин (0,2 кредити ECTS). 2. Участь в онлайн-форумі «Лідерство та ментальне здоров'я» на освітній платформі «4PEOPLE», сертифікат від 20.02.2025, обсягом 6 годин (0,2 кредити ECTS). 3. Участь в онлайн-форумі «Штучний інтелект та цифрове майбутнє» на освітній платформі «4PEOPLE», сертифікат від 03.04.2025, обсягом 6 годин (0,2 кредити ECTS). 4. Курс підвищення кваліфікації «Великий курс про ШІ» обсягом 45 год. (1,5 кредити ECTS), 26.05.2025 - 09.06.2025, сертифікат ВКШІО-4632. 5. Курс підвищення кваліфікації «Професійні та освітні кваліфікації: актуальні методологічні підходи для закладів вищої освіти», пройденого на базі Національного агентства кваліфікацій від 20.10.2025 обсягом 45 годин (1,5 кредити ECTS). 6. Сертифікований бізнес-тренер, сертифікат від 08.12.2024 р.

11. Контактна інформація

Кафедра	<p>Кафедра менеджменту та бізнес-адміністрування Факультет управління вул. Шевченка 57, каб. 110 б (вхід з вул. Чорновола) м. Івано-Франківськ,</p> <p>тел.: +380505628764</p> <p>Електронна адреса: kmba@pnu.edu.ua</p> <p>Сайт кафедри: https://surl.li/faupit</p> <p>Сторінки в соцмережах: https://www.facebook.com/mbakafedra https://www.instagram.com/kafedra_mba/</p>
---------	--

Викладач	 <p>Топольницька Тетяна Богданівна</p> <p>кандидат економічних наук, доцент доцент кафедри менеджменту та бізнес-адміністрування</p>
Контактна інформація викладача	E-mail: tetiana.topolnytska@cnu.edu.ua

12. Політика навчальної дисципліни

Академічна доброчесність	<p>Дотримання академічної доброчесності засновується на ряді положень та принципів академічної доброчесності, що регламентують діяльність здобувачів вищої освіти та викладачів університету:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Кодекс честі Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника (введено в дію наказом ректора №530 від 27 вересня 2022 р.) Ознайомитися з положенням можна за посиланням: https://efund.cnu.edu.ua/wp-content/uploads/sites/172/2024/02/34-04-kodeksu-chesti-prykarpatськоho-natsionalnoho-universytetu-imeni-vasyliya-stefanyka.pdf • Положення про Комісію з питань етики та академічної доброчесності Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника (введено в дію наказом ректора №529 від 27 вересня 2022 р.) Ознайомитися з положенням можна за посиланням: https://efund.cnu.edu.ua/wp-content/uploads/sites/172/2024/02/34-03-polozhennia-pro-komisiiu-z-pytan-etyky-ta-akademichnoi-dobrochesnosti.pdf • Положення про запобігання академічному плагіату та інших видів академічної нечесності у навчальній та науково-дослідній роботі здобувачів освіти Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника (введено в дію наказом ректора №529 від 27 вересня 2022 р.) Ознайомитися із положенням можна за посиланням: https://efund.cnu.edu.ua/wp-content/uploads/sites/172/2023/11/34-06_2022-polozhennia-pro-zapobihannia-akademichnomu-plahiatu-ta-inshym-porushenniam-akademichnoi-dobrochesnosti-1.pdf • Положення про запобігання академічному плагіату у Прикарпатському національному університеті імені Василя Стефаника. (введено в дію наказом ректора №529 від 27 вересня 2022 р.). Ознайомитися з положенням можна за посиланням: https://efund.cnu.edu.ua/wp-content/uploads/sites/172/2024/02/34-05-polozhennia-pro-zapobihannia-akademichnomu-plahiatu.pdf • Склад комісії з питань етики та академічної доброчесності Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника. Ознайомитися можна за посиланням: https://cnu.edu.ua/wp-content/uploads/2025/01/sklad-komisii-z-pytan-etyky-ta-akademichnoi-
--------------------------	---

	<p>dobrochesnosti-prykarpatskoho-natsionalnoho-universytetu-imeni-vasylii-stefanyka.pdf</p> <ul style="list-style-type: none"> Лист МОН України «До питання уникнення проблем і помилок у практиках забезпечення академічної доброчесності». <p>Ознайомитися можна за посиланням: https://cnu.edu.ua/wp-content/uploads/2020/05/1_9-263.pdf</p>
Пропуски занять (відпрацювання)	<p>Можливість і порядок відпрацювання пропущених здобувачем освіти занять регламентується Положення про порядок організації та проведення оцінювання успішності здобувачів вищої освіти Прикарпатського національного університету ім. Василя Стефаника (введено в дію наказом ректора №309 від 19 травня 2023 р.). Ознайомитися з положенням можна за посиланням: https://efund.cnu.edu.ua/wp-content/uploads/sites/172/2023/09/poriadok-orhanizatsii-ta-provedennia-otsiniuvannia-uspishnosti-zdobuvachiv-vyshchoi-osvity.pdf</p>
Виконання завдання пізніше встановленого терміну	<p>У разі виконання завдання здобувачем освіти пізніше встановленого терміну, без попереднього узгодження ситуації з викладачем, оцінка за завдання – «незадовільно», відповідно до Положення про порядок організації та проведення оцінювання успішності здобувачів вищої освіти Прикарпатського національного університету ім. Василя Стефаника (введено в дію наказом ректора №309 від 19 травня 2023 р.). Ознайомитися з положенням можна за посиланням: https://efund.cnu.edu.ua/wp-content/uploads/sites/172/2023/09/poriadok-orhanizatsii-ta-provedennia-otsiniuvannia-uspishnosti-zdobuvachiv-vyshchoi-osvity.pdf</p>
Невідповідна поведінка під час заняття	<p>Невідповідна поведінка під час заняття регламентується рядом положень про академічну доброчесність (див. вище) та може призвести до відрахування здобувача вищої освіти (студента) «за порушення навчальної дисципліни і правил внутрішнього розпорядку вищого закладу освіти», відповідно до п.10 «Порядок поновлення, переведення, відрахування здобувачів освіти» «Положення про організацію освітнього процесу та розробку основних документів з організації освітнього процесу в Прикарпатському національному університеті імені Василя Стефаника» (введено в дію наказом ректора №572 від 03 липня 2025 р.). Ознайомитися з положенням можна за посиланням: https://efund.cnu.edu.ua/wp-content/uploads/sites/172/2023/09/polozhennia-pro-orhanizatsiiu-osvitnoho-protsesu-ta-rozrobku-osnovnykh-dokumentiv-z-orhanizatsii-osvitnoho-protsesu.pdf</p>
Неформальна освіта	<p>Можливість зарахування результатів неформальної освіти регламентується «Положення про визнання результатів навчання, здобутих шляхом неформальної освіти в Прикарпатському національному університеті імені Василя Стефаника» (введено в дію наказом ректора №672 від 24.11.2022). Ознайомитися з положенням можна за посиланням: https://efund.cnu.edu.ua/wp-content/uploads/sites/172/2023/05/02-07.33_2022-polozhennia-pro-vyznannia-rezultativ-navchannia-zdobutykh-shliakhom-neformalnoi-osvity-v-prykarpatskomu-natsionalnomu-universytetu-imeni-vasylii-stefanyka.pdf</p>

13. Ресурсне забезпечення

Рекомендовані джерела:

1. Сайт дистанційного навчання. URL: <https://d-learn.pnu.edu.ua/>
2. Topolnytska, T., Matskiv, R. and Pobihun, S. (2021), "Region image formation by using social communications", *Efektivna ekonomika*, [Online], vol. 5, DOI: [10.32702/2307-2105-2021.5.70](https://doi.org/10.32702/2307-2105-2021.5.70)
3. Мацьків Р., Топольницька Т., Данилейчук Р.Б. Соціальна відповідальність підприємств як фактор забезпечення конкурентоспроможності регіону. *Економіка та суспільство*, 2021 (26). DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-26-42>
4. Topolnytska, T., Matskiv, R., Yatsiuk, O., Savko, O., Hryvniak, B. State Regulation in Foreign Economic Activity of Cement Industry of Ukraine. *Management Systems in Production Engineering*, 2021, Vol. 29, Issue 3, 215-226. DOI: <https://doi.org/10.2478/mspe-2021-0027>
5. Malynovska, G., Mosora, L., Kis, S., Topolnytska, T., Kalambet, Y. Design Thinking Method Implementation in Personnel Certification Procedures. No. 15 (2021): *European Integration Studies*, 22-33. DOI: <https://doi.org/10.5755/j01.eis.1.15.29134>
6. Topolnytska T., Danyleichuk R. (2024). Prerequisites and Perspectives of Sustainable Development of Tourism and Recreation Sphere. *Efektivna ekonomika*, [Online], № 5. DOI: <https://doi.org/10.32702/2307-2105.2024.5.74>
7. Topolnytska T., Kafka S., Tomashevskaya A. Synergy of ethics, financial analysis, and decision-making technologies in modern management. *Успіхи і досягнення в науці*, № 10 (20), 2025. DOI: [https://doi.org/10.52058/3041-1254-2025-10\(20\)](https://doi.org/10.52058/3041-1254-2025-10(20))
8. Томашевська А.В., Кафка С.М., Топольницька Т.Б. Трансформація ролі контролю у забезпеченні ефективного корпоративного управління. *Наукові перспективи*, № 12 (66), 2025. DOI: [https://doi.org/10.52058/2708-7530-2025-12\(66\)-1263-1275](https://doi.org/10.52058/2708-7530-2025-12(66)-1263-1275)
9. Гаврилюк Ю. Г., Лазебник В. В. Бренд-менеджмент: навчальний посібник. 2024. URL: <https://dglip.nubip.edu.ua/server/api/core/bitstreams/6f807e44-f23e-4a51-a330-5d727ca421eb/content>
10. Жигулін О. А., Савенко І. І., Седікова І. О. Бренд-менеджмент: навчальний посібник. 2024. URL: <https://hdl.handle.net/11300/31356>
11. Ладонько Л. С. Конспект лекцій з навчальної дисципліни «Бренд-менеджмент». 2023. URL: <https://bit.ly/brand-management-chnpu>
12. Марченко О. М. Бренд-менеджмент у сучасному бізнесі: навчальний посібник. 2023. URL: <https://dspace.lvduvs.edu.ua/handle/1234567890/6178>
13. Григорчук Т. В. Брендінг: навчальний посібник для дистанційного навчання. 2023. URL: <https://sites.google.com/site/brendingsoccult/>
14. Кузнєцова К. О., Ченуша О. С. Бренд-менеджмент: навчально-методичний комплекс, навчальний посібник. 2022. URL: <https://ela.kpi.ua/bitstreams/ba78842a-7d85-4190-bc79-76f8a3a45c08/download>
15. Beverland M., Cankurtaran P. Brand Management: Co-creating Meaningful Brands. 2024. URL: <https://uk.sagepub.com/en-gb/eur/brand-management/book284766>
16. Singh J., Shukla P. Brand Management: Principles and Applications for Effective Branding. 2024. URL: <https://www.koganpage.com/marketing-communications/brand-management-9781398611580>
17. Mogaji E. Brand Management: An Introduction through Storytelling. 2021. URL: <https://link.springer.com/book/10.1007/978-3-030-66119-9>

