

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
«ХАРКІВСЬКИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ ІНСТИТУТ»

Кафедра _____ соціології і публічного управління
(назва кафедри, яка забезпечує викладання дисципліни)

ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ З НАВЧАЛЬНОЇ
ДИСЦИПЛІНИ

Брендинг

_____ (назва навчальної дисципліни)

рівень вищої освіти _____ перший (бакалаврський)
перший (бакалаврський) / другий (магістерський)

галузь знань _____ 05 Соціальні та поведінкові науки
(шифр і назва)

спеціальність _____ 054 Соціологія
(шифр і назва)

освітня програма _____ Соціологія управління
(назви освітніх програм спеціальностей)

вид дисципліни _____ професійна підготовка; вибіркова
(загальна підготовка / професійна підготовка; обов'язкова/вибіркова)

форма навчання _____ денна
(денна / заочна/дистанційна)

Харків – 2023 рік

Тема 1. Бренд як об'єкт управління

1. Трансформація товарної марки у бренд.
 2. Порівняти поняття «торгова марка», «брендинг», «бренд» Значення брендів у маркетинговій діяльності підприємства.
 3. Види брендів
 4. Функції брендів
 5. Зовнішня та внутрішня форма бренду.
 6. Архітектура бренду
- Література: 1-6; 9, 10, 14, 17, 18, 20

Тема 2. Зміст та атрибути бренду

1. Змістовні характеристики бренду.
 2. Індивідуальність бренду.
 3. Віддзеркалення стосунків поміж складовими елементами сильної ДНК бренду.
 4. Цілі та значення позиціювання.
 5. Критерії позиціювання
 6. Розробка концепції позиціювання брендів у фокусі маркетингових комунікацій..
 7. Фізична характеристика бренду,
 8. Ім'я бренду,
 9. Історія бренду, тема бренду
 10. Фірмовий знак бренду,
 11. Логотип бренду,
 12. Слоган бренду,
 13. Упаковка бренду,
 14. Дизайн, колірні поєднання, шрифти, музика, аудіо відео образ бренду
 15. Корпоративний імідж бренду.
- Література: 3-5, 20, 24

Тема 3. Технології брендингу

1. Проектування методик розробки індивідуальних цінностей, асоціацій, міфологем бренду.
 2. Психологічні методики при розробці ідентичності бренду.
 3. Створення семантичного поля для імені бренду.
 4. Фоносемантичний, морфологічний, лексичний аналіз та експертне тестування імені бренду.
 5. Вербальні ідентифікатори бренду. Слоган та назва (ім'я). Напрями покращення ефективності сприйняття слогана:
 6. Невербальні ідентифікатори бренду.
 7. Методи формування популярності знаків
- Література: 3, 5, 20

Тема 4. Позиціювання бренда. Ребрендинг

1. Концепція позиціювання бренда.
 2. Досягнення сили марки шляхом комбінації бренд-стратегій
 3. Революційне та еволюційне позиціонування бренду. Ідентичність бренду та її підтримка.
 4. Позиціювання за особливостями товару.
 5. Позиціювання за вигодою.
 6. Позиціювання за використанням товару.
 7. Позиціювання за користувачем.
 8. Цінове позиціювання.
 9. Позиціювання запросуванням.
 10. Класичні помилки позиціонування бренду: недопозиціонування, надпозиціонування, розпливчасте позиціонування, сумнівне позиціонування.
 11. Ребрендинг як невід'ємна складова бренд-менеджменту.
 12. Еволюція брендів.
 13. Причини ребрендингу.
 14. Рестайлінг.
 15. Механізми та реалізація ребрендингу.
 16. Приклади ребрендингу відомих світових національних компаній.
- Література: 1, 3-5, 9, 11, 20

Тема 5. Формування іміджевих стратегій бренду

1. Типи комунікативних ситуацій, які визначають вибір іміджевих стратегій.
 2. Імідж бренду та “зона психологічного комфорту”.
 3. Естетика бренду.
- Література:
Література: 2, 4, 5, 7, 21, 25

Тема 6. Стратегічні та тактичні брендові вимірювання

1. Вага бренду (ступінь домінування на ринку),
 2. Довжина бренду.
 3. Сила бренду (вірність споживчої групи),
 4. Ширина бренду (орієнтація на різні споживчі групи).
 5. Визначення номінальної цінності бренду.
- Література: 3-5

Тема 7. Створення комунікативного простору бренду

1. Ключові елементи перцепції бренду – об'єкт та фон. Угрупування за сприйнятливістю.
 2. Поняття схожості сприйняття бренду.
 3. Медійне поле бренду.
 4. Культуральний напрямок С. Халла; соціально-ідеологічна детермінація смислу дискурсів
- Література: 1, 3, 5, 24

Тема 8. Бренд як семіотична система

1. Приклади семіотичного аналізу бренду.
2. Денотативна і конотативна складова значення бренду.
3. Багат шаровість та полісемія знаку бренду.
4. Бренд як наратив.
5. Бренд як соціальний міф о предметі уявлень.
6. Аксіологічна роль семіотики бренду у соціумі.

Література: 1, 4, 5, 9

Тема 9. Емоційний аспект бренду

1. Матриця чотирьох видів брендового задоволення.
2. Сприйняття бренду споживачами через органи почуттів
3. Характеристика ідеологічного виду задоволення брендом
4. Характеристика психологічного виду задоволення брендом
5. Характеристика соціологічного виду задоволення брендом
6. Характеристика культурного виду задоволення брендом

Література: 1, 3, 4, 21

Тема 10. Бренд-менеджмент як інтегрована комунікація. Сучасні комунікативні стратегії створення нових брендів

1. Характеристика капіталу бренду, способи їх оцінки та прогнозування. Вимірювання сили бренду та потенціалу його розвитку.

2. Переваги та недоліки розширення бренду.
3. Перепозиціонування (ребрендинг) у процесі управління брендом.
4. Границі бренд-менеджменту.
5. Консолідація регіональних та національних брендів у глобальні.
6. Модель стратегічного брендингу Кевіна Келлера.
7. Модель бренд-лідерства Аакера і Йохімштайлера.
8. Модель створення інтегрованого бренду Леслі де Чернатона.
9. Американсько-європейська та азіатська моделі сучасного брендингу.

Література: 4, 5, 12, 13, 14, 20

ІНДИВІДУАЛЬНІ ЗАВДАННЯ

На протязі семестру здійснюється підготовка та захист презентації за темами індивідуальних завдань, відповідно до тем курсу.

№ з/п	Назва індивідуального завдання та (або) його розділів	Терміни виконання (на якому тижні)
1	В межах індивідуальних завдань студенту потрібно зробити презентацію за темами: Рекомендовані теми проєктів	2-4

<p>1. Розробити карту силового поля комерційного бренду (на власний вибір).</p> <p>2. Зробити оцінку та порівняння двох однопрофільних комерційних брендів (на власний вибір).</p> <p>3. Розробити карту силового поля бренду політичної структури (на власний вибір).</p> <p>4. Зробити оцінку та порівняння імідж-бренду ТОП-3 в українському політ-бюро (президент, прем'єр-міністр, голова ВР).</p> <p>5. Визначити базову групу авторів, що формують бренди товарів широкого вжитку (на конкретному прикладі).</p> <p>6. Визначити базову групу авторів, що формують бренди в сфері послуг (на конкретному прикладі).</p> <p>7. Підготувати загальні положення алгоритму створення та запуску комерційного бренду (на конкретному прикладі).</p> <p>8. Підготувати загальні положення алгоритму створення та запуску бренду політичної організації (на конкретному прикладі).</p> <p>9. Підготувати загальні положення алгоритму створення та запуску бренду політичного діяча (абстрактний молодий політик).</p> <p>10. Підготувати загальні положення алгоритму створення та запуску бренду громадського діяча (абстрактна особа).</p> <p>11. Підготувати психологічні засади створення комерційного бренду (конкретний випадок).</p> <p>12. Підготувати психологічні засади для створення бренду політичної структури.</p> <p>13. Дати загальну оцінку і характеристику споживачьким групам комерційного бренду (на конкретному прикладі).</p> <p>14. Дати загальну характеристику цільовим групам політичного бренду (на конкретному прикладі).</p> <p>15. Розробити основи базової концепції комерційного бренду.</p> <p>16. Розробити основи базової концепції політичного бренду.</p>	<p>4-5</p> <p>5-6</p> <p>6-8</p> <p>9-12</p> <p>13-14</p> <p>14-15</p>
---	--

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Базова література

1. Григорчук Т.В. Брендинг: навчальний посібник для дистанційного навчання URL: <https://sites.google.com/site/brendingsoccult/home>
2. Олександр Остервальдер, Ів Пінье, Грег Бернарда, Алан Смит. – Розробляємо ціннісні пропозиції. Як створити продукт та послуги, яких хочуть клієнти, 2018. – 348 с.
3. Пономарьова Є.А. Бренд-менеджмент URL: <https://stud.com.ua/154412/marketing/brend-menedzhment>
4. Струтинська І. В. Бренд-менеджмент: теорія і практика. Тернопіль: Прінтофіс, 2015

URL:http://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/123456789/7116/6/Navchalno_meto_dychnyj_p_idru_chnyk.pdf

5. Чернишева А.М.
Брендинг URL:<https://stud.com.ua/36910/marketing/brending>
6. Штовба О.В. Товарний брендинг в маркетинзі та комунікативному менеджменті: навчальний посібник. Вінниця: ВНТУ, 2014. URL: [https://www.researchgate.net/publication/280873566_Tovarnij_brending_v_mar_ketin](https://www.researchgate.net/publication/280873566_Tovarnij_brending_v_marketing)

Додаткова література

7. Дослідження прийняття України. Бренд «Україна» (позиціонування української держави за кордоном) URL: <http://brandukraine.org/k/>.
8. Закону України «Про охорону прав на знаки для товарів і послуг» URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3689-12>
9. Крайнюченко О. Ф., Габор О. О. Етапи процесу створення та розвитку бренду: формування ДНК бренду. URL: http://dspace.nuft.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/15238/1/Tesis_2014.KrainGabor.pdf
10. Крилов А. В. Бренд і суспільство – поділцінностей. Енциклопедія маркетингу URL: http://www.marketing.spb.ru/lib-comm/brand/brand_differ.htm
11. Курбан О.В. PR у маркетингових комунікаціях: навчальний посібник / О.В. Курбан. – К.: Видавництво «Кондор», 2014. – 246 с.
12. Сіті-брендинг : навч. посібник / Н. М. Влащенко; Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. – Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2016. – 151 с. URL: chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://eprints.kname.edu.ua/45174/1/%D0%9F%D0%95%D0%A7_2016_18_%D0%9D_%D0%A1%D0%B8%D1%82%D0%B8%20%D0%B1%D1%80%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D0%B4%20%D1%81%D0%BE%D0%B5%D0%B4%D0%B8%D0%BD%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D1%8B%D0%B9.pdf
13. Бренд-менеджмент : методичні рекомендації до самостійної роботи та дистанційного навчання з добувачів вищої освіти галузі знань 07 «Управління та адміністрування» спеціальності 073 «Менеджмент» / уклад. Л. В. Тешева. – Харків : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2022. – 76 с. URL: <chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/http://library.univer.kharkov.ua/bitstream/123456789/17678/5/-4741~1.PDF>
14. Дергоусова А. О., Сиволовська О. В., Мкртчян О. М. Бренд-менеджмент: Конспект лекцій. – Харків: УкрДУЗТ, 2022. – 98 с. URL: <chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/http://lib.kart.edu.ua/bitstream/123456789/11465/1/%D0%9A%D0%BE%D0%BD%D1%81%D0%BF%>

- D0%B5%D0%BA%D1%82%20%D0%BB%D0%B5%D0%BA%D1%86%D1%96%D0%B9.pdf
15. The Ultimate Guide to Create a Brand Identity [FREE TOOLKIT] by Nate Butler URL:<https://www.columnfivemedia.com/how-to-create-a-brand-identity/>
 16. Rita Clifton, John Simmons, Brands and Branding URL:http://www.culturaldiplomacy.org/academy/pdf/research/books/nation_branding/Brands And Branding - Rita Clifton And John Simmons.pdf
 17. Radim Malinic, Book of Branding: a guide to creating brand identity for start-ups and beyond URL:<https://www.goodreads.com/en/book/show/50022962>
 18. BRANDING AND EXTROVERSION HANDBOOK: A GUIDE FOR SMES
Marcel Fernández Pellicer (GoEurope - SPAIN) Zsófia Rácz-Molnár (CCI Győr - HUNGARY) Vagia Karpnisi (OECON GROUP - GREECE) Apostolina Tsaltampasi (OECON GROUP - GREECE) Giorgos Giorgakis (EUROSUCCESS - CYPRUS) Anastasia Liopetriti (EUROSUCCESS - CYPRUS) Stefano Modestini (GoEurope - SPAIN) Sándor Borbély (KVA - HUNGARY) URL:[https://ec.europa.eu/programmes/erasmus-plus/project-result-content/aada0b7a-192b-4d28-9b37-a59a1e6f2dfe/Branding%20EU%20Handbook%20EN%20\(A5\).pdf](https://ec.europa.eu/programmes/erasmus-plus/project-result-content/aada0b7a-192b-4d28-9b37-a59a1e6f2dfe/Branding%20EU%20Handbook%20EN%20(A5).pdf)
 19. Daniel Rowles, Digital branding. Complete step by step guide to strategy, tactics and measurement URL:<https://www.usetech.org/wp-content/uploads/ebooks/Digital-Branding-A-Complete-Step-by-Step-Guide-to-Strategy-Tactics-and-Measurement.pdf>
 20. Управління брендом як процес URL:
<http://persona.pumb.ua/ua/club/digest/detail.php?CODE=upravleniebrendom-kak-p>
 21. Щодля Вас Україна і хто такі українці? Проведення соціологічних досліджень з метою визначення бачення і міджу України з боку вітчизняних громадян та сприйняття нашої держави іноземцями, що перебувають в Україні URL:<http://brandukrainepoll.com/results/>
 22. Дослідження сприйняття України. Бренд «Україна» (позиціонування української держави за кордоном) URL:
<http://brandukraine.org/k/>
 23. Чеботар С. І. Маркетинг / С. І. Чеботар, Я. С. Ларіна, О. П. Луцій, М. Г. Шевчик, Р. І. Буряк, С. М. Боняр, А. В. Рябчик, О. М. Прус, В. А. URL:
<http://www.info-library.com.ua/books-book-177.html>
 24. Мороз О. В. Теорія сучасного брендингу: монографія / О. В. Мороз, О. В. Пашенко. — Вінниця : УНІВЕРСУМ-Вінниця, 2003. — 104 с.
 25. Концепція державної цільової програми формування позитивного міжнародного іміджу України на 2013–2015 роки [Електронний ресурс] – Режим доступу :
<http://govuadocs.com.ua/docs/index-19943079.html>