

Міжнародний гуманітарний університет
Кафедра готельно-ресторанного та туристичного бізнесу

М Е Т О Д И Ч Н І В К А З І В К И

до самостійної роботи

з курсу

«Бренд-менеджмент та управління діловим іміджем»

для студентів, які навчаються за спеціальністю 181 «Харчові технології» освітньої програми «Ресторанні технології»

СВО «Бакалавр» денної та заочної форм навчання

Одеса-2024

МГУ

УДК: 658(9): 339.13

Методичні вказівки до самостійної роботи з дисципліни «Бренд-менеджмент та управління діловим іміджем» для студентів, які навчаються за спеціальністю 181 «Харчові технології» освітньої програми «Ресторанні технології» СВО «Бакалавр» денної та заочної форм навчання / О. Б. Каламан. Одеса: МГУ, 2024. 13 с.

Укладач:

О. Б. Каламан, доктор економічних наук, доцент, професор кафедри

Рецензент:

І. О. Кузнецова, доктор економічних наук, професор, завідувачка кафедри менеджменту, Одеський національний економічний університет

Рекомендовано до друку рішенням Вченої Ради

Міжнародного гуманітарного університету

(протокол № 1 від 31.08.2024)

ЗАГАЛЬНІ МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ

Доступність нових технологій розширила можливості компаній і дозволяє їм легко відтворювати продукти, системи, послуги і процеси інших підприємств. Це породжує серйозну проблему диференціації підприємств і їхніх товарів. Продуманий бренд-менеджмент допомагає сформувати сильну марку і міцні відносини зі споживачами. Дана дисципліна сприяє формуванню широти мислення майбутніх фахівців шляхом отримання поряд з базовими знаннями необхідних умінь в області бренд-менеджменту. Дисципліна націлена на те, щоб дати здобувачам вищої освіти цілісне уявлення про те, яким чином фірми створюють бренди, які стратегії вони використовують для їх розвитку, і як компанії здійснюють управління своїми брендами і діловим іміджем.

Мета дисципліни - вивчення принципів і технології формування брендів, розуміння ролі і призначення брендів в діяльності компаній та особливостей управління діловим іміджем. Завданнями освоєння дисципліни «Бренд-менеджмент та управління діловим іміджем» відповідно до загальних цілей освітньої програми професійної освіти (магістратура) є: надбання концептуальних і методологічних знань про створення сильних брендів; засвоєння навичок аналітичної, креативної, інноваційної складової при проектуванні, просуванні і капіталізації брендів; управління брендингом в комерційній та некомерційній сфері; формування системи знань і навичок з управління діловим іміджем. В результаті освоєння дисципліни студент повинен оволодіти теоретичними знаннями та практичними навичками, а саме: інструментами стратегічного і тактичного рівнів управління корпоративним брендом; методами і способами оцінки бренду; навичками управління капіталом бренду; управління діловим іміджем.

ОЧІКУВАНІ КОМПЕТЕНТНОСТІ, ЯКІ ПЛАНУЄТЬСЯ СФОРМУВАТИ ТА ДОСЯГНЕННЯ ПРОГРАМНИХ РЕЗУЛЬТАТІВ

У процесі реалізації програми дисципліни «Бренд-менеджмент та управління діловим іміджем» формуються наступні компетентності із передбачених освітньою програмою:

Інтегральна компетентність

Здатність розв'язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми технічного і технологічного характеру, що характеризуються комплексністю та невизначеністю умов у виробничих умовах підприємств харчової промисловості та ресторанного господарства та у процесі навчання, що передбачає застосування теоретичних основ та методів харчових технологій.

Загальні компетентності (ЗК)

ЗК 4. Навички використання інформаційних та комунікаційних технологій.

ЗК 7. Здатність працювати в команді.

ЗК 11. Здатність спілкуватися державною мовою як усно, так і письмово.

Спеціальні (фахові) компетентності

СК 11. Здатність розробляти та впроваджувати ефективні методи організації праці, нести відповідальність за професійний розвиток окремих осіб та/або груп осіб.

СК 12. Здатність формувати комунікаційну стратегію в галузі харчових технологій, вести професійну дискусію.

Навчальна дисципліна «Бренд-менеджмент та управління діловим іміджем» забезпечує досягнення програмних результатів навчання (РН), передбачених освітньою програмою:

ПРН 15. Впроваджувати сучасні системи менеджменту підприємства.

ПРН 19. Підвищувати ефективність роботи шляхом поєднання самостійної та командної роботи.

ПРН 23. Мати навички з організації роботи окремих виробничих підрозділів підприємства та координування їх діяльності.

Заплановані результати навчання за навчальною дисципліною

Знання:

1. Основних напрямів планування на стратегічному рівні управління корпоративний брендом.
2. Тактичного рівня: система маркетингових комунікацій.
3. Визначення та основних особливостей корпоративних і товарних брендів.
4. Сутності індивідуальності бренду (назва, логотип, легенда).

Вміння:

5. Використовувати інструменти стратегічного і тактичного рівнів управління брендом.
6. Визначати вартість бренду.
7. визначати значущі характеристики та сутність індивідуальності бренду (назва, логотип, легенда).
8. Використовувати способи оцінки ефективності комунікацій бренду.
9. Застосовувати основні технології брендингу.

Навички:

10. Стратегічного і тактичного рівнів управління корпоративним брендом.
11. Володіння методами і способами оцінки бренду.
12. Управління капіталом бренду.
13. Управління діловим іміджем.

До самостійної роботи студентів щодо вивчення дисципліни «Бренд-менеджмент та управління діловим іміджем» включаються:

- Знайомство з науковою та навчальною літературою відповідно зазначених у програмі тем.
- Опрацювання лекційного матеріалу.
- Підготовка до практичних занять.
- Консультації з викладачем протягом семестру.
- Самостійне опрацювання окремих питань навчальної дисципліни.
- Підготовка та виконання індивідуальних завдань у вигляді презентацій, рефератів тощо.
- Підготовка до підсумкового контролю

ТЕМА 1. СВІТ БРЕНДІВ ЯК КОНЦЕПЦІЯ ПОСТІНДУСТРІАЛЬНОГО СУСПІЛЬСТВА

Завдання на самостійну роботу:

1. Виконати творче завдання (реферат) за темами:

1. Дати визначення поняттю «Бренд»
2. Дати визначення фірмовому стилю
3. Перерахувати складові фірмового стилю
4. Дати визначення концепції бренду
5. Перерахувати раціональні та емоційні боки марочної стратегії
6. Що таке харизма марки?
7. Перелічити особливості сильних брендів.

2. Основні позиції по темі для самостійного опрацювання:

1. Історія використання брендів.
2. Основні поняття: товарний знак, торгова марка, бренд.
3. Бренд-орієнтований маркетинг.
4. Структура і матриця бренду.

ТЕМА 2. БРЕНД-БІЛДІНГ – РОЗРОБКА БРЕНДУ

Завдання на самостійну роботу:

1. Виконати творче завдання (реферат) за темами:

1. Перерахувати основні методи створення імені бренду.
2. Перерахувати назви для брендів, які слід уникати.
3. Які основні елементи конструювання імені бренду.
4. Що таке метонімія?
5. Привести приклади звуконаслідування у створенні назви бренду.
6. Перерахувати способи конструювання назв.
7. Що таке композиція, злиття, приєднання у виборі назви фірми?
8. Як впливає ритм і поетичність в назві бренду на його успіх?
9. Привести приклади використання гумору в назвах бренду.

2. Основні позиції по темі для самостійного опрацювання:

1. Ідентичність бренду.
2. Індивідуальність бренду, сприйняття, асоціації.
3. Моделі розробки бренду.
4. Ім'я.
5. Дизайн.
6. Міфологічне коріння брендингу.
7. Упаковка.
8. Фірмовий знак, логотип, символ.
9. Вплив глобалізації ринку на бренд-менеджмент.
10. Основні правила створення сильної торгової марки.
11. Обов'язки бренд-менеджера і корпоративна культура.
12. Внутрішній брендинг.

ТЕМА 3. BRAND-DEVELOPMENT – РОЗВИТОК БРЕНДУ

Завдання на самостійну роботу:

1. Виконати творче завдання (реферат) за темами:

1. Що розуміють під товарним ринком.

2. Які особливості товарного ринку Вам відомі.
3. В чому полягає концепція продукту.
4. Назвати основні елементи ринку.
5. Який взаємозв'язок елементів ринку існує.
6. Які існують класифікації продуктів.
7. Що являє собою ринок товарів промислового призначення.
8. Дати поняття споживчих і непромислових товарів.
9. Які особливості ринку споживчих товарів.
10. Як відбувається процес формування товарної політики підприємств.

2. Основні позиції по темі для самостійного опрацювання:

1. Аналіз позиції бренду в ринковій ситуації.
2. Вплив сегментування ринку на позицію бренду.
3. Конкурентні переваги.
4. Методи вивчення ринкової позиції бренду.
5. Уподобання бренду.

ТЕМА 4. СТРАТЕГІЧНЕ ПЛАНУВАННЯ КОМУНІКАЦІЙ БРЕНДУ

Завдання на самостійну роботу:

1. Виконати творче завдання (реферат) за темами:

1. У чому полягають особливості ринку послуг.
2. Яка існує класифікація послуг.
3. Як відбувається процес надання послуг.
4. Що являють собою окремі види послуг.
5. У чому проявляється вплив держави в сфері послуг.
6. Які послуги відносяться до нематеріальних, розкрийте їх зміст.
7. Що являють собою послуги, що надаються матеріальним виробництвом.
8. Під впливом яких чинників формується асортимент в сфері послуг.
9. У чому полягає інноваційна політика в сфері послуг.

10. Які комунікації існують на ринку послуг.
11. У чому полягає вплив територіальних чинників на розвиток ринку послуг.

2. Основні позиції по темі для самостійного опрацювання:

1. Концепції брендингу.
2. Моделі марочних стратегій.
3. Конкурси брендів.
4. Модель інтегрованого брендингу.
5. Переваги інтегрованого брендингу на ринку.
6. Технології створення бренду.
7. Драйвери сили бренду.
8. Управління брендом.

ТЕМА 5. ІНСТРУМЕНТАРІЙ ІМІДЖЕЛОГІЇ

Завдання на самостійну роботу:

1. Виконати творче завдання (реферат) за темами:

1. Які цілі і завдання переслідують при дослідженні ринку товарів і послуг.
2. Які методи застосовуються при дослідженні ринку.
3. Яка техніка проведення дослідження товарного ринку.
4. Чи є специфіка в проведенні досліджень ринку послуг, в порівнянні з дослідженням товарного ринку.
5. Як здійснюється планування і організація збору інформації при дослідженні ринку товарів і послуг.
6. Які засоби можуть бути використані в проведенні ринкових досліджень.
7. Назвіть типові стратегії охоплення ринку.
8. Які переваги і недоліки різних стратегій охоплення ринку.
9. Що Ви знаєте про вітчизняний досвід дослідження ринку товарів і послуг.

10. Яка практика дослідження ринку за кордоном.

2. Основні позиції по темі для самостійного опрацювання:

1. Основні поняття.
2. «Імідж» як базове поняття іміджелогії.
3. Професія - іміджмейкер.
4. Інструментарій іміджелогії.
5. Класифікація іміджів.
6. Структура персонального іміджу.
7. Вербальний імідж.
8. Невербальний імідж.

ТЕМА 6. БАЗОВА ТЕХНОЛОГІЯ САМОПРЕЗЕНТАЦІЇ

Завдання на самостійну роботу:

1. Виконати творче завдання (реферат) за темами:

1. Класифікація методів прогнозування за формою подання результату.
 2. Класифікація методів прогнозування у величині періоду попередження.
 3. Класифікація методів прогнозування за охопленням дослідження.
 4. Які завдання стоять перед прогнозуванням ринку товарів і послуг.
 5. Що являє собою метод експертних оцінок.
 6. У чому полягають методи аналізу та прогнозування часових рядів.
 7. У яких випадках застосовують казуальні методи прогнозування.
 8. Які фактори впливають на вибір того чи іншого методу прогнозування.
 9. Що означає кількісний та якісний аналіз ринку.
 10. Що являє собою прогнозування ринку товарів і послуг.
 11. Які існують методи прогнозування ринкових процесів.
2. Основні позиції по темі для самостійного опрацювання:
1. Імідж лідера.
 2. Корпоративний імідж.

3. Корпоративний дрес-код.
4. Впровадження дрес-коду.
5. Імідж політика.
6. Публічні виступи.
7. Історія моди і стилю.

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Основна

1. Дема Д.І., Дорохова Л.М. HR-менеджмент : підручник. Житомир, 2018. 320с.
2. Жигалкевич Ж. М., Кам'янська О. В. HR-менеджмент: навчальний посібник для здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти спеціальності 073 «Менеджмент». Київ : КПП ім. І. Сікорського, 2022. 214 с.
3. Кнейслер О. В., Квасовський О. Р., Ніпіаліді О. Ю. HR-менеджмент : підручник. За ред. д.е.н., проф. О. В. Кнейслера. Тернопіль : Вид-во «Економічна думка», 2018. 478 с.
4. Крамаренко Г. О. HR-менеджмент : підручник. Київ, 2019. 520 с.
5. Пазинич В. І. HR-менеджмент : навчальний посібник. Київ: Центр навчальної літератури, 2019. 408 с.
6. Партин Г. О., Селюченко Н. Є. HR-менеджмент : підручник. Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2018. 388 с.
7. HR-менеджмент : підручник. / Петро Бечко та ін. Київ: Центр навчальної літератури, 2019. 496 с.
8. HR-менеджмент : підручник. За ред. д-ра екон. наук, проф. М. І. Крупки ; [М. І. Крупка, О. М. Ковалюк, В. М. Коваленко, ін.]. Львів: ЛНУ ім. Івана Франка, 2019. 440с.

Допоміжна

1. Іванюта П. В., Білецька Н. В., Шмагельська М. О., Британська Н. Н. Ефективність системи менеджменту за показниками діяльності підприємства. Проблеми інноваційно-інвестиційного розвитку. Серія «Економіка та менеджмент». 2021. № 27. С. 133 – 143.
2. Іванюта П. В., Білецька Н. В., Шмагельська М. О., Британська Н. Н. Методичні основи антикризового управління компаній на Україні. Colloquium-journal. 2022. №9 (132), Część 1. (Warszawa, Polska). С. 45 – 50.
3. Іванюта П. В., Пиріжок С. Є., Бойко В. І. Характеристика планування як напрямку для розвитку підприємства за його бізнес - процесами. Проблеми

інноваційно-інвестиційного розвитку. Серія «Економіка та менеджмент». 2022. № 29. С. 81 – 91.

4. Петренко М. І., Драбовський А. Г., Іванюта П.В., Петренко В. М. Бюджетування на підприємстві: підручник. Вінниця, «МЕРКЬЮРІ-ПОДІЛЛЯ», 2022. 600 с.

5. Петренко М. І., Драбовський А. Г., Петренко В. М. Економіка підприємства : навчальний посібник. : у 2-х т. / за заг. ред. М. І. Петренка. Вінниця : «Меркьюрі-Поділля», 2018. Т. 1. 432 с.

6. Петренко М. І., Драбовський А. Г., Петренко В. М. Економіка підприємства : навчальний посібник. : у 2-х т. / за заг. ред. М. І. Петренка. Вінниця : «Меркьюрі-Поділля», 2018. Т. 2. 405 с.

7. HR-менеджмент : навч. посіб. / [Васьківська К. В., Сич О. А.]. Львів : «ГАЛИЧ-ПРЕС», 2017. 236 с.

8. HR-менеджмент: навч. посіб. / П. Бечко, О. Непочатенко, Б. Гузар, та ін.; за ред. П. Бечко. Київ: Центр навчальної літератури, 2019. 496 с.

Інформаційні ресурси

1. Офіційний сайт Президента України. URL: <http://www.president.gov.ua/>
2. Офіційний сайт Верховної Ради України. URL: <http://www.zakon.rada.gov.ua/>
3. Офіційний сайт Урядового порталу. URL: <http://www.kmu.gov.ua/>
4. Офіційний сайт Міністерства економіки України. URL: <http://www.me.gov.ua/>
5. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
6. Офіційний сайт Журналу «Урядовий кур'єр». URL: <http://www.ukurier.gov.ua/>
7. Офіційний сайт Національної бібліотеки України ім. В.І. Вернадського. URL: <http://www.nbuv.gov.ua/>
8. Офіційний сайт Львівської національної бібліотеки України ім. В. Стефаника. URL: <http://www.lsl.lviv.ua/>