

**Силабус навчальної дисципліни
«БРЕНДИНГ МІСТА»**

Ступінь вищої освіти – магістр

Рік навчання: 2, **Семестр:** 3

Кількість кредитів: 5

Мова викладання: українська

Підсумковий контроль: диференційований залік

Форма проведення занять: лекції, семінарські заняття

Назва курсу	Брендинг міста
Електронна версія курсу	https://moodle.dpu.edu.ua/

Коротка анотація до курсу

Дисципліна «Брендинг міста» спрямована на формування у здобувачів вищої освіти знань і навичок щодо створення, розвитку та управління брендом міста, що включає аналіз існуючих брендів, розробку стратегій просування, управління іміджем та залучення стейкхолдерів.

1. Схема дисципліни

№ з/п	Тема
Тема 1	Концептуалізація, локалізація та візуалізація бренду міста
Тема 2	Концепція брендингу міста на основі архітектурно-історичної спадщини
Тема 3	Етнічна та культурна ідентичність у формуванні бренду та іміджу міста
Тема 4	Емоційний дизайн та сенсорний нейромаркетинг у брендингу міста
Тема 5	Крос-індустріальна співпраця (бізнес-культура-освіта) у брендингу міста
Тема 6	Цифрові інструменти та SMM у залученні громади до брендингу міста
Тема 7	Екологічний брендинг: впровадження сталих практик у формування бренду міста
Тема 8	Архітектурна естетика, івент-маркетинг та символіка у брендингу міста
Тема 9	Креативні індустрії та смарт-технології у формуванні бренду міста
Тема 10	Оцінка іміджу та репутації в контексті аудиту бренду міста

Формат курсу: очний / змішаний.

2. Компетентності, які мають бути сформовані у результаті опанування навчальної дисципліни

ЗК1. Здатність генерувати нові ідеї (креативність).

ЗК5. Здатність працювати в команді.

ЗК6. Здатність розробляти та управляти проєктами.

СК6. Здатність формувати професійні задачі в сфері економіки та розв'язувати їх, обираючи належні напрями і відповідні методи для їх розв'язання, беручи до уваги наявні ресурси.

СК9. Здатність застосовувати науковий підхід до формування та виконання ефективних проєктів у соціально-економічній сфері.

ФК12. Здатність розробляти стратегічні плани розвитку міст та об'єднаних територіальних громад у сфері муніципальної економіки.

ФК15. Здатність здійснювати комунікаційну діяльність та вести ділові переговори.

3. Результати навчання:

ПР 4. Розробляти соціально-економічні проєкти та систему комплексних дій щодо їх реалізації з урахуванням їх цілей, очікуваних соціально-економічних наслідків, ризиків, законодавчих, ресурсних та інших обмежень.

ПР 15. Розробляти сценарії стратегії розвитку соціально-економічних систем.

4. Обсяг курсу

Вид заняття	Загальна кількість годин
Лекції	26
Семінарські заняття / практичні / лабораторні	24
Самостійна робота	100

5. Технічне й програмне забезпечення /обладнання

Технічне обладнання: проектори та екрани (для презентацій та показу мультимедійних матеріалів під час лекцій і семінарів); ноутбуки або комп'ютери (для проведення досліджень, аналізу даних і роботи з програмним забезпеченням); цифрові камери та смартфони (для фіксації візуального контенту, проведення досліджень та створення матеріалів для бренду міста); аудіо- та відеозаписувальні пристрої (для інтерв'ю, фокус-груп і збору зворотного зв'язку від громадськості).

Програмне забезпечення:

- графічні редактори (Adobe Photoshop, Illustrator): для розробки візуальної ідентичності та брендингових матеріалів;
- програми для створення презентацій (Microsoft PowerPoint, Canva): для підготовки та демонстрації проектів і концепцій;
- аналітичні інструменти (Google Analytics): для збору та аналізу даних про ефективність брендингових кампаній та взаємодію з аудиторією;
- платформи для соціальних медіа (Instagram, Facebook): для управління брендингом у соціальних мережах, планування та моніторингу кампаній.

6. Неформальна освіта

не передбачено

7. Політика оцінювання

Політика щодо дедлайнів та перескладання: завдання, які виконуються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку (-50% від максимальної оцінки). Перескладання модулів відбувається із дозволу деканату Факультету за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний).

Політика щодо академічної доброчесності: письмові роботи перевіряються на наявність плагіату і допускаються до захисту із коректними текстовими запозиченнями не більше 20%. Списування під час контрольних робіт та екзаменів заборонені (в т.ч. із використанням мобільних девайсів).

7. Рекомендована література

Основна література

1. Бренд-менеджмент: начальнo-методичний комплекс дисципліни: навч. посіб. для здобувачів освітньої програми «Промисловий маркетинг» спеціальності 075 «Маркетинг» другого (магістерського) рівня вищої освіти / Н. В. Юдіна ; Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2020. 114 с.
2. Вдовічен А. А., Вдовічена О. Г. Бренд-менеджмент : навч. посібник для студ. вищ. навч. закл.. Чернівці : ЧТЕІ КНТЕУ, 2019. 230 с.
3. Смерічевський С. Ф., Петропавловська С. Є., Радченко О. А. Бренд-менеджмент: навчальний посібник. К.: НАУ, 2019. 156 с.

Допоміжна література:

4. Дубовик Н. А. Цифровий брендинг: інноваційні підходи в контексті трансформації українського ринку в умовах війни. *Здобутки економіки: перспективи та інновації*. 2024. Випуск 2. С. 65-72
5. Карабаза І. А. Бренд міста: аналіз позицій європейських міст у світових рейтингах. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*, 2019. Випуск 25. С. 99-103

6. Лялюк А. М. Бренд-маркетинг: конспект лекцій. Луцьк: Вид-во КП ІА «Волинський енергосфот», 2023. 88 с.
7. Мороз О.В., Герасимчук В.В., Бондаренко А.О. Комунікаційний інструментарій у формування бренду міста. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. 2020. № 3 (26). С. 108–113.
8. Павловський С.А., Могилевська О.Ю., Слободяник А.М., Мельник Н.О. Теоретико-методичні аспекти формування технології брендингу міста як інструменту його привабливості. *Київський економічний науковий журнал*, 2023. № 3. С. 113-121
9. Слюняєв А. С., Солодкий О. А. Формування публічної політики брендингу територій. *Вчені записки ТНУ імені В.І. Вернадського. Серія: Публічне управління та адміністрування*, 2023. Том 34. С. 120-124

Інтернет-джерела:

10. Брендинг і маркетинг територій URL: <http://surl.li/lcfzwp>
11. Брендинг і маркетинг територій: кращі практики місцевого економічного розвитку України. URL: <http://surl.li/fasrhh>