

Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника

Інститут післядипломної освіти та довузівської підготовки



РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТ

Галузь знань **07 «Управління та адміністрування»**

Спеціальність **073 «Менеджмент»**

Освітня програма **«Управління навчальним закладом»**

Інститут післядипломної освіти та довузівської підготовки

Робоча програма «**Бренд-менеджмент**» для студентів спеціальності 073 «Менеджмент», освітньої програми «Управління навчальним закладом». 15 с.

Розробник:

Боришкевич І. І. – к.е.н., викладач кафедри управління та бізнес-адміністрування

Робочу програму схвалено на засіданні кафедри управління та бізнес-адміністрування

Протокол від 30 серпня 2022 року № 1

Завідувач кафедри управління
та бізнес-адміністрування



(підпис)

П'ятничук І. Д.

1. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Галузь знань, напрям підготовки, освітній рівень	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	заочна форма навчання
Кількість кредитів – 3	Галузь знань 07 «Управління та адміністрування»	Вибіркова	
	Спеціальність 073 «Менеджмент»		
Змістових модулів – 2	Освітня програма Управління навчальним закладом	Рік підготовки:	
Індивідуальне науково-дослідне завдання: виконується в межах самостійної роботи		-	2-й
Загальна кількість годин – 90		-	3-й
		Лекції	
	Освітній рівень: магістр	-	6 год.
		Практичні заняття	
		-	4 год.
		Лабораторні заняття	
		-	-
		Самостійна робота	
		-	80 год.
		Індивідуальні завдання	
	-	-	
		Вид контролю: залік	

Співвідношення кількості годин аудиторних занять до самостійної і індивідуальної роботи становить:

для заочної форми навчання – 12,5 %.

2. Мета та завдання навчальної дисципліни

Метою навчальної дисципліни «Бренд-менеджмент» є формування системи знань та практичних навичок у здобувачів вищої освіти, що дають змогу побудувати якісний бренд для сучасного закладу освіти та здійснювати ефективну реалізацію бренд-менеджменту.

Предмет дисципліни: сукупність теоретичних, методичних та практичних питань, пов'язаних із створенням та управлінням брендами у сучасному освітньому середовищі.

Програма навчальної дисципліни складається з таких змістових модулів:

Змістовний модуль 1. Основні характеристики брендингу та бренд-

менеджменту.

Змістовний модуль 2. Практично-прикладні аспекти бренд-менеджменту.

Завдання дисципліни: основними завданнями вивчення дисципліни «Бренд-менеджмент» є набуття здобувачами вищої освіти теоретичних знань та практичних навичок з сутності, поняття та розвитку бренд-менеджменту, особливостей бренду, іміджу та репутації, методики створення бренду, психологічних аспектів брендингу, архітектури брендингу, розтягування та розширення бренду, сучасних комунікативних стратегій створення нових брендів, формування особистого бренду.

У результаті вивчення навчальної дисципліни здобувач вищої освіти повинен

знати:

- теоретичні аспекти бренду та брендингу;
- структуру, зміст, сутність та основні технології створення бренду;
- психологічні аспекти брендингу;
- основні закони створення бренду організації;
- програми створення бренду та оцінку його потенціалу;
- поняття розтягування та розширення бренду;
- основні тенденції розвитку сучасного брендингу;
- сутність та особливості особистого бренду;

вміти:

- демонструвати належний рівень знань із найновіших теорій, методів і практичних прийомів брендингу;
- володіти навичками, достатніми для проведення власних досліджень та прийняття рішень у сфері брендингу;
- аналізувати бренд та брендинг;
- застосовувати на практиці раціональні стратегії та тактики управління брендом;
- управляти брендом на різних етапах життєвого циклу закладу освіти;
- аналізувати індивідуальність бренду, сегментування та позиціонування бренду;
- використовувати сучасні комунікативні стратегії створення нових брендів;
- формувати особистий бренд.

3. Програма навчальної дисципліни

Змістовний модуль 1. Основні характеристики брендингу та бренд-менеджменту

Тема 1. Сутність, поняття та розвиток бренд-менеджменту

1. Еволюція брендингу
2. Роль брендингу в сучасному житті суспільства
3. Співвідношення термінів «бренд», «торгова марка» та «торговий знак». Порядок реєстрації товарного знаку

Тема 2. Бренд, імідж та репутація

1. Суть та основні характеристики понять: «імідж», «репутація» та «бренд»
2. Взаємозв'язок і вплив понять «імідж», «репутація» та «бренд» на розвиток територій, організацій та окремих осіб.

Тема 3. Види, стратегії та методика створення бренду

1. Функції бренду, види брендів та їх зміст
2. Позиціонування бренду
3. Цикл створення бренду
4. Розроблення імені та візуалізації бренду

Тема 4. Психологічні аспекти брендингу

1. Основні закони створення бренду організації
2. Наймінг (розроблення назви бренду)
3. Дизайн бренду та критерії вибору його елементів
4. Легенда бренду

Змістовний модуль 2. Практично-прикладні аспекти бренд-менеджменту

Тема 5. Архітектура брендингу

1. Рівні брендингу
2. Управління портфелем брендів
3. Управління брендом на різних етапах життєвого циклу

Тема 6. Поняття розтягування та розширення бренду

1. Поняття та суть розтягування та розширення бренду
2. Основні види розтягування та розширення бренду
3. Недоліки розширення бренду
4. Приклади невдалих розширень бренду

Тема 7. Сучасні комунікативні стратегії створення нових брендів

1. Основні тенденції брендингу в сучасному світі – злиття і поглинання
2. Зміна структури споживчих потреб і підвищення рівня очікувань
3. Стратегія розробки власних торгових марок
4. Брендингові стратегії в умовах цифрових медіа. Соціальна відповідальність бренду

Тема 8. Формування особистого бренду

1. Сутність та особливості особистого бренду
2. Конструктор особистого бренду
3. Формування особистого бренду у соцмережах

4. Структура навчальної дисципліни

Назви змістовних модулів і тем	Заочна форма навчання					
	Кількість годин, у тому числі					
	усього	л.	п.	лаб.	інд.	с.р.
1	2	3	4	5	6	7
Змістовний модуль 1. Основні характеристики брендингу та бренд-менеджменту						
Тема 1. Сутність, поняття та розвиток бренд-менеджменту	12	2	-	-	-	10
Тема 2. Бренд, імідж та репутація	10	-	-	-	-	10
Тема 3. Види, стратегії та методика створення бренду	10	-	-	-	-	10
Тема 4. Психологічні аспекти брендингу	14	2	2	-	-	10
Разом за змістовним модулем 1	46	4	2	-	-	40
Змістовний модуль 2. Практично-прикладні аспекти бренд-менеджменту						
Тема 5. Архітектура брендингу	10	-	-	-	-	10
Тема 6. Поняття розтягування та розширення бренду	10	-	-	-	-	10
Тема 7. Сучасні комунікативні стратегії створення нових брендів	10	-	-	-	-	10
Тема 8. Формування особистого бренду	14	2	2	-	-	10
Разом за змістовним модулем 2	44	2	2	-	-	40
Усього годин	90	6	4	-	-	80

5. Теми практичних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	2	3
1.	Тема 4. Психологічні аспекти брендингу	2
2.	Тема 8. Формування особистого бренду	2
	Разом	4

6. Теми лабораторних занять

Відповідно до робочої програми з дисципліни «Бренд-менеджмент» лабораторні заняття не заплановані.

7. Самостійна робота

Самостійна робота студентів при вивченні дисципліни «Бренд-менеджмент» складається з різних її видів:

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

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	2	3
1.	Тема 1. Сутність, поняття та розвиток бренд-менеджменту	10
2.	Тема 2. Бренд, імідж та репутація	10
3.	Тема 3. Види, стратегії та методика створення бренду	10
4.	Тема 4. Психологічні аспекти брендингу	10
5.	Тема 5. Архітектура брендингу	10
6.	Тема 6. Поняття розтягування та розширення бренду	10
7.	Тема 7. Сучасні комунікативні стратегії створення нових брендів	10
8.	Тема 8. Формування особистого бренду	10
	Разом	80

8. Індивідуальне завдання

(виконується в межах самостійної роботи)

Вивчення дисципліни «Бренд-менеджмент» передбачає обов'язкову підготовку індивідуального проєкту: «Бренд-менеджмент успішного закладу освіти». Необхідно обрати успішний заклад освіти на ринку та виконати завдання у відповідності до зазначених пунктів:

1. Навести коротку інформацію про особливості діяльності закладу освіти.
2. Проаналізувати наявний бренд закладу освіти.
3. Розкрити ідентичність бренду закладу освіти.
4. Проаналізувати просування бренду закладу освіти у соцмережах.
5. Дослідити та здійснити аналіз бренду закладу освіти-конкурента. Зазначити основні переваги та недоліки.
6. Запропонувати власні рекомендації щодо удосконалення бренду обраного закладу освіти.

Презентація власного дослідження відбувається у вигляді підготовленої

доповіді та створеної презентації (до 15 слайдів) за допомогою інструментів Power Point, Prezi, Canva чи ін.

9. Методи навчання

За характером пізнавальної діяльності, при вивченні дисципліни «Бренд-менеджмент» використовуються наступні 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, в т.ч. університетської авторської системи дистанційного навчання, платформ для організації відеоконференцій: Zoom Video Communications, Google Meet, Cisco Webex.

10. Методи контролю та критерії оцінювання

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 26 балів.

Накопичування балів під час вивчення дисципліни

№ теми	1	2	3	4	5	6	7	8	Разом
Вид навчальної роботи									
Практичне заняття (опрацювання завдання)	-	-	-	13	-	-	-	13	26
Самостійна робота (тестування з теми)	8	8	8	8	8	8	8	8	64
Самостійна робота (індивідуальний проєкт)									10
Максимальна к-ть 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 (в 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 (в 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 (в т. ч. у вигляді 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 управління та бізнес-адміністрування здобувачам вищої 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 відповідно до Положення про порядок організації та проведення оцінювання успішності здобувачів вищої освіти ДВНЗ «Прикарпатського національного університету ім. Василя Стефаника»: https://nmv.pnu.edu.ua/wp-content/uploads/sites/118/2021/04/isinuvannia_nove2.pdf (введено в дію наказом ректора № 799 від 26.11.2020 р.; із внесеними змінами наказом № 212 від 06.04.2021 р.).

Ознайомитися із положенням можна за посиланням: <https://nmv.pnu.edu.ua/нормативні-документи/polozhenja/>

Контроль за самостійну роботу.

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 (<https://test-d-learn.pnu.edu.ua/>) (дві спроби – кращий результат).

Оцінювання за кожен тестовий контроль здійснюється за 100 бальною шкалою. Вага оцінки за відповідну тему відображена у таблиці вище. Максимальна кількість балів, яку здобувач освіти може отримати за тестовий контроль складає 64 бали.

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 10 балів. Сума балів за індивідуальний проєкт розраховується за наступною формулою:

$$y = \frac{x \times 10}{100},$$

де x – кількість балів, яку отримав здобувач вищої освіти (за 100-бальною шкалою),

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.

Підсумковий семестровий контроль являє собою 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 стобальній шкалі) з навчальної дисципліни визначається як сума оцінок за поточний контроль знань

Повторне складання допускається не більше двох разів з кожної дисципліни: один раз викладачеві (талон №2) тестування в системі дистанційного навчання + 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).

Здобувачі вищої освіти, які одержали під час екзаменаційної сесії більше трьох підсумкових незадовільних оцінок (F, FX) незалежно від виду контролю (екзамен, залік), відраховуються з університету за академічну неуспішність. Здобувачам вищої освіти, які одержали під час екзаменаційної сесії одну-три незадовільні оцінки (F, FX), дозволяється ліквідувати академічну заборгованість у встановлені графіком навчального процесу терміни. Здобувача вищої освіти, який не ліквідував академічну заборгованість у встановлені терміни без поважної причини, відраховують з університету за академічну неуспішність або за його згодою направляють на повторне вивчення навчальної дисципліни, яке регламентується Положенням про порядок повторного вивчення дисциплін (кредитів ECTS) в умовах ECTS.

Шкала оцінювання для заліку

університетська	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою
90-100	A	зараховано
80-89	B	
70-79	C	
60-69	D	
50-59	E	
25-49	FX	не зараховано
0-24	F	

11. Політика навчальної дисципліни

Академічна доброчесність

Дотримання академічної доброчесності засновується на ряді положень та принципів академічної доброчесності, що регламентують діяльність здобувачів вищої освіти та викладачів університету:

1. Кодекс честі ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника».

2. Положення про Комісію з питань етики та академічної доброчесності ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя

Стефаника».

3. Положення про запобігання академічному плагіату та інших видів академічної нечесності у навчальній та науково-дослідній роботі здобувачів освіти ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника».

4. Положення про запобігання академічному плагіату у ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника».

5. Склад комісії з питань етики та академічної доброчесності ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника».

6. Лист МОН України «До питання уникнення проблем і помилок у практиках забезпечення академічної доброчесності».

Ознайомитися з даними положеннями та документами можна за посиланням: <https://pnu.edu.ua/положення-про-запобігання-плагіату/>

Пропуски занять (відпрацювання)

Можливість і порядок відпрацювання пропущених здобувачем освіти занять регламентується «Положення про порядок організації та проведення оцінювання успішності здобувачів вищої освіти ДВНЗ «Прикарпатського національного університету ім. Василя Стефаника» (введено в дію наказом ректора № 799 від 26.11.2020 р.; із внесеними змінами наказом № 212 від 06.04.2021 р.) (див. ст. 4).

Ознайомитися з положенням можна за посиланням: <https://nmv.pnu.edu.ua/нормативні-документи/polozhenja/>

Виконання завдання пізніше встановленого терміну

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 студентів ДВНЗ «Прикарпатського національного університету ім. Василя Стефаника» (введено в дію наказом ректора № 799 від 26.11.2020 р.; із внесеними змінами наказом № 212 від 06.04.2021 р.) (див. ст. 4-5).

Ознайомитися із положенням можна за посиланням: <https://nmv.pnu.edu.ua/нормативні-документи/polozhenja/>

Невідповідна поведінка під час заняття

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.14 «Відрахування студентів» «Положення про порядок переведення, відрахування та поновлення студентів вищих закладів освіти».

Ознайомитися із положенням можна за посиланням:
<https://nmv.pnu.edu.ua/нормативні-документи/polozhenja/>

Неформальна освіта

Можливість зарахування результатів неформальної освіти регламентується «Положенням про порядок зарахування результатів неформальної освіти у ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника» (введено в дію наказом ректора №819 від 29.11.2019 р., із внесеними змінами наказом № 80 від 12.02.2021 р.). Ознайомитися із положенням можна за посиланням: <https://nmv.pnu.edu.ua/нормативні-документи/polozhenja/>

12. Рекомендовані літературні джерела

1. Сайт дистанційного навчання. URL : <https://test-d-learn.pnu.edu.ua/>
2. Курс «Комунікаційні інструменти для побудови репутації» // Prometheus. URL : <https://prometheus.org.ua/>
3. Boryshkevych I. Development of Pedagogical Staff as an Integral Element of Forming a Positive Image of an Educational Institution. *Journal of Vasyl Stefanyk Precarpathian National University*. 2021. Vol. 8. № 3. P. 52-59. <https://doi.org/10.15330/jpnu.8.3.52-59>
4. Боришкевич І. І., П'ятничук І. Д. Планування PR-кампанії на прикладі громадської організації. *Актуальні проблеми розвитку економіки регіону*. 2022. Вип. 18. С. 95-103. <https://doi.org/10.15330/apred.2.18.95-103>
5. Боришкевич І. І., Дегтяр О. А., Подолян М. І. Ефективний бренд у сфері ресторанного бізнесу як складова брендингу міста: державно-управлінський аспект. *Електронне наукове видання «Публічне адміністрування та національна безпека»*. 2021. №5. <https://doi.org/10.25313/2617-572X-2021-5-7637>
6. Бренд-менеджмент: теорія і практика : навч. посіб. / укл.: І. В. Струтинська. Тернопіль : Прінт-офіс, 2015. 204 с.
7. Захарова О. Привабливий бренд роботодавця: умови створення та інструменти оцінки. *Україна: аспекти праці*. 2017. №4. С.18-23.
8. Кендюхов О. В., Ягельська К. Ю., Файвішенко Д. С. Бренд-менеджмент : навч. посіб. Донецьк : ДонНТУ, 2013. 459 с. Шеломенцев В. М. Етикет і сучасна культура спілкування. К.: Лібра, 2003. 416 с.
9. Малинка О. Я., Устенко А. О. Бренд-менеджмент : навч. посіб. Івано-Франківськ : Фоліант, 2013. 293 с.
10. Марті Ньюмеєр Zag. Найкращий посібник з брендингу : книга. Харків : Книжковий клуб «Клуб сімейного дозвілля», 2017. 192 с.
11. Роулз Деніел Цифровий брендинг: Повне покрокове керівництво зі

- стратегії, тактики, інструментів та вимірювань : книга. Харків : Вид-во «Ранок» : Фабула, 2020. 256 с.
12. Смерічевський С. Ф., Петропавловська С. Є., Радченко О. А. Бренд-менеджмент: навч. Посібник. К. : НАУ, 2019. 156 с.
 13. Танасічйук А. М. Бренд-менеджмент. Опорний конспект. Вінниця: Видавничо-редакційний відділ ВТЕІ КНТЕУ, 2020.
 14. Цимбалюк С. О. Управління брендом роботодавця : навч. посіб. К. : КНЕУ, 2016. 258 с.
 15. Юрген Саленбахер Creative Personal Branding : книга. Харків : Видавництво «Фабула», 2019. 224 с.
 16. Яцишина Л. Бренд-менеджмент і маркетингові технології. *Маркетинг в Україні*. 2017. № 6. С.12-13.