

**МІНІСТЕРСТВО ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я УКРАЇНИ**  
**ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ МЕДИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Кафедра менеджменту охорони здоров'я

**Силабус навчальної дисципліни**  
**«Бренд-менеджмент»**

<b>Обсяг навчальної дисципліни</b>	Загальна кількість годин на дисципліну: 90 годин, 3 кредити ЄКТС. Семестр: II 1 рік навчання
<b>Дні, час, місце проведення навчальної дисципліни</b>	За розкладом занять. Кафедра менеджменту охорони здоров'я. Одеса, вул. Пастера, 2а.
<b>Викладач(-і)</b>	завідувач кафедри, к.е.н., доц. Рудінська О. В. доцент кафедри, к.е.н., доц. Скрипник Н.А. доцент кафедри, к.е.н., доц. Немченко Г.В. старший викладач кафедри Жмай О.В.
<b>Контактна інформація</b>	Довідки за телефонами: Кусик Наталія Львівна, к.е.н., доц., відповідальна за навчально-методичну роботу кафедри 067-728-56-12 E-mail: <a href="mailto:nataliia.kusyk@onmedu.edu.ua">nataliia.kusyk@onmedu.edu.ua</a> Лаборант кафедри E-mail: <a href="mailto:moz@onmedu.edu.ua">moz@onmedu.edu.ua</a> Очні консультації: з 14.00 до 16.00 кожного четверга Онлайн - консультації: з 16.00 до 18.00 кожного четверга. Посилання на онлайн - консультацію надається кожній групі під час занять окремо.

**КОМУНІКАЦІЯ**

Комунікація зі здобувачами буде здійснюватися аудиторно (очно).

Під час дистанційного навчання комунікація здійснюється через платформу Microsoft Teams, а також через листування електронною поштою, месенджери Viber, Telegram (створення кожної групи окремо, через старосту групи).

**АНОТАЦІЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

*Предмет вивчення дисципліни* - сукупність теоретичних та методичних підходів щодо вивчення методів, процесів та дій компаній та установ по створенню, підтриманню і управлінню брендами.

*Пререквізити і постреквізити дисципліни (місце дисципліни в освітній програмі):*

*Пререквізити:* бізнес – планування в сфері охорони здоров'я та фармацевтичному бізнесі, економіка та організація охорони здоров'я та фармацевтичного бізнесу; інформаційно-аналітична підтримка в управлінні закладами охорони здоров'я; медичний та фармацевтичний менеджмент; медичне та фармацевтичне право.

*Постреквізити:* стратегічний менеджмент; управління проектами в медицині; фінансовий менеджмент; HR-менеджмент з циклом психології управління.

*Мета дисципліни:* опанування здобувачем вищої освіти системних знань щодо основних принципів та особливостей управління ефективністю використання торгових

**МІНІСТЕРСТВО ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я УКРАЇНИ**  
**ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ МЕДИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**  
Кафедра менеджменту охорони здоров'я

марок у діяльності фірми та перетворення їх у бренд.

*Завдання дисципліни:*

1. усвідомлення ролі та значущості проблем формування бренду компаній та установ;
2. глибоке оволодіння знаннями, які відображають зміст та техніки бренд - менеджменту;
3. узагальнення теоретичних знань та практичних навичок створення бренду компаній та установ та управління ним;
4. набуття умінь та навичок використання методів роботи у даній сфері, орієнтування в конкретних практичних ситуаціях.

*Очікувані результати:*

*У результаті вивчення навчальної дисципліни здобувач повинен:*

*Знати:*

- актуальні концепції бренду і брендингу;
- роль бренд-менеджменту в організації просування продукту;
- функції бренд-менеджменту;
- параметри ідентичності бренду;
- технологію формування практичної структури бренду;
- інтегровані комунікації бренд-менеджменту;
- особливості управління брендингом;
- різновиди бренд-стратегій підприємства;
- організаційно-економічні аспекти брендингу;
- методи оцінки марочного капіталу;
- методи оцінки ефективності бренд-менеджменту.

*Вміти:*

- визначати цінності бренду;
- досліджувати чинники впливу бренду на різні цільові аудиторії;
- ідентифікувати ідеї, поняття та переваги кожного окремо взятого бренду;
- проводити дослідження ринку з метою формування цінностей бренду;
- вміти правильно позиціонувати бренд;
- визначати показники оцінювання ефективності бренду;
- управляти активами бренду;
- формувати імідж бренду у короткостроковому та довгостроковому періодах;
- розробляти практичну структуру бренду;
- здійснювати ефективну стратегію марочних комунікацій.

Дисципліна забезпечує поглиблене вивчення концепцій, наукового обґрунтування технік і стратегій брендингу та практичне застосування набутих умінь та навичок у різних сферах економіки, а також на різних рівнях прийняття управлінських рішень. Основна роль бренд-менеджменту полягає в інтеграції процесів створення, управління та оцінки ефективності брендів, спрямованих на збільшення їхньої цінності для споживачів. Дисципліна поєднує сучасні думки, підходи, досвід та досягнення різних учасників економічних стосунків, що залучаються у практику бренд-менеджменту, теоретичні та прикладні аспекти, дослідження форм й методів вітчизняного та світового досвіду.

### **ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

*Форми і методи навчання*

Дисципліна буде викладатися у формі лекцій; практичних занять; організації самостійної роботи здобувача.

**МІНІСТЕРСТВО ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я УКРАЇНИ**  
**ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ МЕДИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**  
Кафедра менеджменту охорони здоров'я

*Методи навчання.*

*Лекція.*

*Практичні заняття:* словесні методи: бесіда, пояснення, дискусія, обговорення проблемних ситуацій; наочні методи: ілюстрація (у тому числі мультимедійні презентації); практичні методи: виконання тестових завдань, вирішення ситуаційних завдань.

*Самостійна робота:* самостійна робота з рекомендованою основною та додатковою літературою, з електронними інформаційними ресурсами, підготовка до практичних занять; самостійне виконання індивідуального завдання, підготовка доповіді та презентації для захисту індивідуального завдання.

*Зміст навчальної дисципліни:*

**Тема 1.** Брендинг та роль брендів у діяльності медичних закладів.

Що таке бренд? Перехід від продукту до бренду. Базові поняття брендингу та їх взаємозв'язок. Функції брендів. Характеристики потужних брендів. Проблеми створення та управління сильними брендами. Бренд та його роль у корпоративній стратегії. Перехід від моделі бренд-менеджменту до моделі бренд-лідерства. Ключові рішення у галузі брендингу. Чи потрібно створювати власний бренд? Моделі створення брендів: 5I, S-brands стратегічна модель Л. де Чернатоні.

**Тема 2.** Виникнення та розвиток бренд-менеджменту.

Сутність та зміст бренд-менеджменту. Мета бренд-менеджменту. Управлінська сутність функції бренд-менеджменту. Напрямки сучасного бренд-менеджменту. Особливості бренд-менеджменту в малих та великих розвинених фірмах. Принципи бренд-менеджменту.

**Тема 3.** Управління портфелем брендів в медичній галузі.

Портфель брендів: цілі створення та загальні принципи управління. Ієрархія брендів. Архітектура бренду. Ролі брендів у портфелі та в контексті товарного ринку. Взаємини брендів: будинок брендів, бренд-будинок. Аудит портфеля брендів. Портфельний аналіз: McKinsey/GE, матриця якісного аналізу McKinsey. Оцінка прибутковості портфеля брендів.

**Тема 4.** Капітал бренда в медичній галузі.

Складові капіталу бренду. Чинники, що впливають на капітал бренду. Механізм формування цінності для підприємства та споживачів. Модель планування ідентичності бренду Д.Аакера. Аспекти ідентичності бренду: бренд як товар, бренд як організація, бренд як особистість, бренд як символ. Позиція бренду. Принципи позиціонування бренду. Стратегії позиціонування. Критерії вибору елементів бренду. Розробка імені бренду. Поінформованість про бренд. Лояльність до бренду, параметри лояльності.

**Тема 5.** Стратегії розвитку бренду у часі.

Процес керування брендом. Управління брендами за допомогою концепції життєвого циклу товару. Життєвий цикл бренду. Важелі посилення бренду. Розширення бренду. Створення асортиментних брендів. Проблема канібалізації брендів. Розтягування бренду: рух бренду вниз та вгору. Спільний брендинг. Інгрідієнтний брендинг. Перепозиціонування брендів. Ліквідація бренду: причини та стратегії. Ребрендинг.

**Тема 6.** Капітал бренда в медичній галузі.

Роль інтегрованих маркетингових комунікацій у створенні потужних брендів. «Колесо бренд-менеджменту»: вплив на 360°. Роль реклами у створенні та просуванні брендів. Створення брендів без використання реклами: спонсорство як інструмент створення бренду, створення брендів в Інтернеті.

**Тема 7.** Тенденції у брендингу медичного закладу.

Приватні бренди: вигоди для споживача, виробника та торгової організації. Приватні бренди в медичних закладах. Короткострокові бренди: вигадка чи реальність?

**МІНІСТЕРСТВО ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я УКРАЇНИ**  
**ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ МЕДИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**  
Кафедра менеджменту охорони здоров'я

**Тема 8.** Глобальний бренд-менеджмент в медичній галузі.

Глобалізація як форма інтернаціоналізації медичної галузі. Стратегії виходу бренду на міжнародний ринок охорони здоров'я. Ефективність глобального бренд-менеджменту та прийняття рішень щодо обрання політики та стратегії медичного закладу.

*Перелік рекомендованої літератури:*

*Основна:*

1. Арестенко Т.В. Арестенко В.В., Гапоненко Т.М. Бренд-менеджмент: Опорний конспект лекцій. Київ: «ЦП«КОМПРИНТ», 2014. 24 с.
2. Кардаш В.Я. Маркетингова товарна політика: навч.-метод. посібник для самостійного вивчення дисципліни. Київ: КНЕУ. 345 с.
3. Мартинюк О. А. Інноваційні технології в системі управління підприємствами в умовах динамічного середовищ: монографія. Миколаїв: ФОП Швець В.М., 2017. 540 с.
4. Менеджмент та маркетинг в охороні здоров'я: навчальний посібник / В.І. Борщ, О.В. Рудінська, Н.Л. Кусик. Херсон: Олді+, 2022. 264 с.
5. Основи менеджменту та маркетингу в медицині: навчальний посібник / В.Г. Шутурмінський, Н.Л. Кусик, О.В. Рудінська. Одеса: Видавничий дім «Гельветика», 2020. 176 с.

*Додаткова:*

1. Лук'янець Т. І. Маркетингова політика комунікацій: Навч. посібник. 2-ге вид., доп. і перероб. Київ: КНЕУ, 2009. 524 с.
2. Маркетингова товарна політика / Чеботар С.І., Ларіна Я.С., Боняр С.М. та ін. Київ: Преса України, 2012. 262 с.
3. Мартинюк О.А., Серебряннікова Н.І. Менеджмент та адміністративне управління: навчальний посібник.. Одеса: Видавничий дім «Гельветика», 2017. 540 с.
4. Мартинюк О.А., Пацкан Л.С. Формування стратегії розвитку бренду. Сучасні технології менеджменту: матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. 4.11.2019. Луцьк, 2019. С. 94-95.
5. Мороз О. В. Теорія сучасного брендингу: Монографія. Вінниця: Універсум „Вінниця”, 2003. 104 с.
6. Рудінська О.В., Яроміч С.А. Корпоративний менеджмент: навчальний посібник. Київ: КНТ, Ельга-Н, 2008. 416 с.

*Інформаційні ресурси:*

1. Всесвітня організація охорони здоров'я. URL: [www.who.int/ru/index.html](http://www.who.int/ru/index.html).
2. Державний заклад «Центр медичної статистики Міністерства охорони здоров'я України»: офіційний веб-сайт. URL: <http://medstat.gov.ua/ukr/main.html>.
3. Департаменті управління та контролю якості медичних послуг МОЗ України: офіційний веб-сайт. URL: <https://moz.gov.ua/en/struktura>.
4. Європейська база «Здоров'я для всіх». URL: <http://medstat.gov.ua/ukr/statereports.html>.
5. Європейське регіональне бюро Всесвітньої організації охорони здоров'я. URL: [www.euro.who.int](http://www.euro.who.int).
6. Лабораторія проблем економіки та управління в охороні здоров'я. URL: [www.med122.com](http://www.med122.com).
7. Медичний світ: професійна газета. URL: [www.medsvit.org](http://www.medsvit.org).
8. Медична інформаційна система: офіційний веб-сайт компанії Мед-експерт. URL: <http://medexpert.ua/ua/medichnij-zaklad/31-medichnij-zaklad/pro-ryнку-v-iznoho-medychnoho-turyzmu-v-ukraini>.
9. Медико - правовий портал. URL: <http://103-law.org.ua>.

# МІНІСТЕРСТВО ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я УКРАЇНИ ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ МЕДИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

## Кафедра менеджменту охорони здоров'я

10. Міністерство охорони здоров'я України: офіційний веб-сайт. URL: <https://moz.gov.ua/>.
11. Національна служба здоров'я України: офіційний веб-сайт. URL: <https://nszu.gov.ua/pro-nszu>.
12. Охорона здоров'я. Державна служба статистики України: офіційний веб-сайт. URL: [http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat\\_u/2018/zb/06/zb\\_zoz\\_17.xls](http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2018/zb/06/zb_zoz_17.xls).
13. Портал нормативних актів України та Всесвітньої медичної асоціації. URL: [http://search.ligazakon.ua/search/law/npa/?s=search&idView=LZ\\_SUITE\\_NPA&beginPos=1&countBlock=10&kw2=82089](http://search.ligazakon.ua/search/law/npa/?s=search&idView=LZ_SUITE_NPA&beginPos=1&countBlock=10&kw2=82089)
14. Український медичний часопис: медичний журнал. URL: [www.umj.com.ua](http://www.umj.com.ua).
15. Health Strategy. European Commission: official web-site. URL: <https://ec.europa.eu/health/policies/background/review/strategy>.

### ОЦІНЮВАННЯ

#### *Форми і методи поточного контролю:*

- усний контроль: індивідуальне опитування за питаннями відповідної теми;
- письмовий контроль: оцінювання розв'язання ситуаційних завдань (в т.ч. розрахункових), оцінювання виконання індивідуального завдання;
- тестовий контроль: оцінювання виконання тестових завдань за темами.

#### Критерії поточного оцінювання на практичному занятті

Оцінка	Критерії оцінювання
Відмінно «5»	Здобувач бере активну участь на занятті; демонструє глибокі знання, дає повні та детальні відповіді на запитання; бере активну участь у обговоренні проблемних ситуацій, користується додатковою навчально-методичною та науковою літературою; вміє сформулювати своє ставлення до певної проблеми; висловлює власні міркування, наводить доцільні приклади; вміє знаходити найбільш адекватні форми розв'язання суперечностей. Тестові завдання виконані в повному обсязі, всі 100% відповідей на запитання є правильними, відповіді на відкриті питання – повні та обґрунтовані. Здобувач вільно вирішує ситуаційні завдання (в т.ч. розрахункові), впевнено демонструє практичні навички за темою заняття та вірно інтерпретує отримані дані, висловлює власну креативну думку з теми завдання, демонструє творче мислення.
Добре «4»	Здобувач бере участь на занятті; добре володіє матеріалом; демонструє необхідні знання, але дає відповіді на запитання з деякими помилками; бере участь у обговоренні проблемних ситуацій, користується основною навчально-методичною та науковою літературою; висловлює власну думку з теми заняття. Тестові завдання виконані в повному обсязі, не менш ніж 70% відповідей на запитання є правильними, відповіді на відкриті питання - загалом правильні, проте наявні деякі помилки у визначеннях. Здобувач вірно вирішує ситуаційні завдання (в т.ч. розрахункові), але допускає незначні неточності та демонструє більш стандартизовані практичні навички за темою заняття при вірній інтерпретації отриманих даних, висловлює власну думку з теми завдання, демонструє критичне мислення.
Задовільно «3»	Здобувач іноді бере участь на занятті; частково виступає і задає питання; допускає помилки під час відповідей на запитання; показує пасивну роботу на практичних заняттях; показує фрагментарні знання понятійного апарату і



**МІНІСТЕРСТВО ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я УКРАЇНИ**  
**ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ МЕДИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**  
Кафедра менеджменту охорони здоров'я

	літературних джерел. Тестування виконано в повному обсязі, не менш ніж 50% відповідей є правильними, відповіді на відкриті питання - не логічні, з явними суттєвими помилками у визначеннях. Здобувач не достатньо володіє матеріалом для вирішення ситуаційних завдань (в т.ч. розрахункові), невпевнено демонструє практичні навички за темою заняття та інтерпретує отримані дані з суттєвими помилками, не висловлює свою думку з теми ситуаційного завдання.
Незадовільно «2»	Здобувач не бере участь на занятті, є лише спостерігачем; ніколи не виступає і не задає питання, незацікавлений у вивченні матеріалу; дає неправильні відповіді на запитання, показує незадовільне знання понятійного апарату і літературних джерел. Тестування не виконано. Ситуаційне завдання не виконано.

*Форми і методи підсумкового контролю:* залік.

Залік виставляється здобувачу, який виконав усі завдання робочої програми навчальної дисципліни, приймав активну участь у практичних заняттях, виконав індивідуальне завдання та має середню поточну оцінку не менше ніж 3,0 і не має академічної заборгованості.

### **САМОСТІЙНА РОБОТА ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ**

*Самостійна робота:*

- самостійна робота з рекомендованою основною та додатковою літературою, з електронними інформаційними ресурсами, підготовка до практичних занять;
- самостійне виконання індивідуального завдання, підготовка презентації для захисту індивідуального завдання.

### **ПОЛІТИКА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

*Політика щодо дедлайнів та перекладання:*

- Пропуски занять з неповажних причин відпрацьовуються за розкладом черговому викладачу.
- Пропуски з поважних причин відпрацьовуються за індивідуальним графіком з дозволу деканату.

*Політика щодо академічної доброчесності:*

Обов'язковим є дотримання академічної доброчесності здобувачами, а саме:

- самостійне виконання всіх видів робіт, завдань, форм контролю, передбачених робочою програмою даної навчальної дисципліни;
- посилення на джерела інформації у разі використання ідей, розробок, тверджень, відомостей;
- дотримання норм законодавства про авторське право і суміжні права;
- надання достовірної інформації про результати власної навчальної (наукової) діяльності, використанні методики досліджень і джерела інформації.

Неприйнятними у навчальній діяльності для учасників освітнього процесу є:

- використання родинних або службових зв'язків для отримання позитивної або вищої оцінки під час здійснення будь-якої форми контролю результатів навчання або переваг у науковій роботі;
- використання під час контрольних заходів заборонених допоміжних матеріалів або технічних засобів (шпаргалок, конспектів, мікро-навушників, телефонів, смартфонів,

**МІНІСТЕРСТВО ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я УКРАЇНИ**  
**ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ МЕДИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**  
Кафедра менеджменту охорони здоров'я

планшетів тощо);

- проходження процедур контролю результатів навчання підставними особами.  
За порушення академічної доброчесності здобувачі освіти можуть бути притягнені до такої академічної відповідальності:
- зниження результатів оцінювання індивідуального опитування, виконання тестових завдань, оцінки за розв'язання ситуаційних завдань, виконання індивідуального завдання, заліку тощо;
- повторне проходження оцінювання (тестових завдань, ситуаційних завдань, індивідуального завдання, заліку тощо);
- призначення додаткових контрольних заходів (додаткові ситуаційні завдання, індивідуальні завдання, тести тощо);
- проведення додаткової перевірки інших робіт авторства порушника.

*Політика щодо відвідування та запізень:*

Стан здоров'я: здобувачі хворі на гострі інфекційні захворювання, у тому числі на респіраторні хвороби, до заняття не допускаються. Запізнення на заняття – не припустимі. Здобувач, який спізнився на заняття, може бути на ньому присутній, але якщо в журналі викладач поставив «нб», він повинен його відпрацювати у загальному порядку.

*Використання мобільних пристроїв:*

Використання будь-яких мобільних пристроїв заборонено. При порушенні даного пункту здобувач має покинути заняття та в журналі викладач ставить «нб», яку він повинен відпрацювати у загальному порядку.

Мобільні пристрої можуть бути застосовані здобувачами з дозволу викладача, якщо вони потрібні для виконання завдання.

*Поведінка в аудиторії:*

Поведінка здобувачів та викладачів в аудиторіях має бути робочою та спокійною, суворо відповідати правилам, встановленим Положенням про академічну доброчесність та етику академічних взаємин в Одеському національному медичному університеті, у відповідності до Кодексу академічної етики та взаємин університетської спільноти Одеського національного медичного університету, Положенням про запобігання та виявлення академічного плагіату у науково-дослідній та освітній роботі здобувачів вищої освіти, науковців та викладачів Одеського національного медичного університету.