



## НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ КЕРІВНИХ КАДРІВ КУЛЬТУРИ І МИСТЕЦТВ

### Освітня програма «Менеджмент соціокультурної діяльності (готельна, туристична, рекреаційна)»

Назва дисципліни	<b>Теорія і практика культурного бренду</b>
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Спеціальність	028 «Менеджмент соціокультурної діяльності»
Тип і назва освітньої програми	Освітньо-професійна програма «Менеджмент соціокультурної діяльності (готельна, туристична, рекреаційна)»
Статус дисципліни	Вибіркова
Мова викладання	Українська
Кількість ЄКТС кредитів	4 кредити
Структура дисципліни (розподіл за видами та годинами навчання)	Лекції – 26 год. Практичні – 26 год. Семінарські – 4 год. Модульний контроль – 8 год. Самостій на робота – 56 год.
Форма підсумкового контролю	Залік
Графік (терміни) вивчення дисципліни	4 курс, 7 семестр
Програмні компетентності	Загальні компетентності (ЗК): ЗК 3. Здатність генерувати нові ідеї (креативність); ЗК 4 Здатність працювати в міжнародному контексті. ЗК 11. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності. ЗК 14. Здатність спілкуватися державною мовою як усно, так і письмово. Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт.
Програмні результати навчання	ПР 10. Вивчати, узагальнювати та адаптовувати найкращий досвід соціокультурної розбудови. ПРН11. Виявляти, генерувати і впроваджувати креативні ідеї в професійну діяльність. ПРН12. Формулювати, аргументувати професійні завдання. ПРН13. Обґрунтовувати управлінські рішення. ПРН15. Вміти встановлювати діалог з різними професійними

	<p>суб'єктами та групами.          ПРН16. Знати як застосувати сучасні технології управління людськими ресурсами.          ПРН18. Проявляти самостійність суджень та самокритичність у процесі дискусії.</p>
<p>Анотація (зміст) дисципліни</p>	<p><b>Змістовий модуль 1. ПРИКЛАДНІ АСПЕКТИ БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТУ</b>          1.1 Особливості розвитку культурного бренду на пострадянському просторі.          1.2.Туристичний брендинг: сутність, складові, переваги.</p> <p><b>Змістовий модуль 2. ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ БРЕНДОМ В КУЛЬТУРІ, МОЖЛИВОСТІ РЕБРЕДИНГУ</b>          2.1 Айдетика, обличчя бренду в сучасних умовах.          2.2 Культурні бренди України. (обличчя брендів-Оксана Линів)</p> <p><b>Змістовий модуль 3. ФОРМУВАННЯ НАЦІОНАЛЬНИХ БРЕНДІВ В УКРАЇНІ</b>          3.1. Вибір ефективних засобів маркетингових комунікацій у бренд-менеджменті.          3.2 Петриківка як національний бренд. Кролевецькі рушники.          3.3 Музей як частина бренду країни (Польща Фредерік Шопен, Франція Лувр ( виставкаІоана Георга Пінзеля), Україна “Музей української нації” та ін.)</p> <p><b>Змістовий модуль 4. ПРІОРИТЕТНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ КУЛЬТУРНОГО БРЕНДУ В УКРАЇНІ</b>          4.1. Самостійне опрацювання сучасний кейсів ( туристичний культурний бренд).          4.2. Географічний бренд ( Кролевець: унікальна яблуня на 10 сот) м. Миколаївські мости, острів Джарилгач (місце для поетів, письменників, ІТ- фахівців)</p>
<p>Система оцінювання</p>	<p>Форми контролю:          1. Оцінювання роботи під час практичних занять – 30 балів (від 0 до 6 балів за кожне практичне завдання).          2. Оцінювання роботи під час семінарських занять – 12 балів (від 0 до 6 балів за кожне самінарське заняття).          2. ІНДЗ – 18 балів (від 0 до 6 балів за кожне завдання).          3. Модульний контроль – 8 балів (від 0 до 1 балу за кожний модуль).          4. Самостійна робота – 16 балів (від 0 до 1 балів за кожен самостійну роботу).          5. Залік – 16 балів.</p> <p>Шкала оцінювання:          За національною диференційованою шкалою – «відмінно», «добре», «задовільно», «незадовільно».          За шкалою ECTS: А 90-100, В 82-89, С 74-81, D 64-73, E 60-63, FХ 35-59, F 1-34.</p>

Якість освітнього процесу	Всі учасники освітнього процесу дотримуються політики доброчесності і сприяють функціонуванню ефективної системи запобігання та виявлення академічного плагіату.
Сторінка курсу на платформі Google-classroom	<a href="https://classroom.google.com/c/MzEzMDY5MDg1NDE2?cjc=fn7dixc">https://classroom.google.com/c/MzEzMDY5MDg1NDE2?cjc=fn7dixc</a>
Література	<p>Публікації науково-педагогічного працівника за темою дисципліни:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Valentyna Diachuk. Europejski kierunek rozwoju ukraińskiej turystyki: unikalny charakter I promocia (on the example of the Chernobyl Zone) - w jez. Ukr. //vector of the Ukrainian Tourism Developmen: a Unique Prouct and Promotion –. //Turystyka jako sfera akuywnosci gospodarcczej I edukacyjnej [collective monograph]. — Warszawa: Aspra-JR. 2020. – С. 71–81. <a href="http://www.aspra.pl">www.aspra.pl</a> Traditional holidays as a method against the formation of «A porquality person»:world experience. - p.70-86.- 2020: Diachuk V.P. Official website-<a href="http://www.sense.nl">www.sense.nl</a> Збірник наукових праць: Gospodarka v pandemij “ Суспільні синергії розвитку освітнього, культурно-мистецького середовища в період пандемій” ”—Warszawa: Aspra-JR. 2021. – С. 71–81. інд: 44900 <a href="http://www.aspra.pl">www.aspra.pl</a></li> <li>2. Дячук В.П. «Культура дозвілля в історичній ретроспективі». Міжнародна науково - практична конференція:«Індустрія дозвілля в сучасному світі: теорія, історія, практика». 22-23 травня 2013 р./ НАКККІМ.</li> <li>3. Дячук В.П.« Комунікативна культура телебачення в контексті культурного буття людини». XVIII Міжнародна науково-практична конференція «Україна в євроінтеграційних процесах». 16-17 лютого 2013 р./ Київський Міжнародний університет.</li> <li>4. Дячук В.П. «Міжнародний досвід побудови іміджу держави і українські перспективи»:Культура і сучасність; Альманах НАКККІМ. – К.:, 2016. – №2. - С. 21–27.</li> <li>5. Дячук В.П. «Вплив іміджу керівника на репутацію фірми».: Міжн.наук.- практ.конф. Імідж і репутація, -Київ. 17 листопада 2017 р.-К.: КНУКіМ. Міжнародна науко-практична конф.: “Імідж та репутація: сучасні виклики”</li> <li>6. Дячук В. Інформаційна індустрія як соціокультурна проблема: співвідношення інформації, знання, розваг і небезпек//Зб. Матеріалів Всеукраїнської науково-практичної конференції .Сучасний культурно-мистецький простів: креативні та інформаційно-комунікативні трансформації. (21- 22 червня 2022 року.) – Київ, С.169-174).</li> <li>7.Дячук В.П Нові парадигми у міжкультурному діалозі / Всеукраїнської науково-практичної конференції (Київ, 30 вересня 2022 р.). Київ : Національна академія керівних кадрів культури і мистецтв, 2022. 17 с. / Культурні домінанти XXI століття: мистецька освіта.</li> </ol>

	<p>Основна:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Аакер Д. Бренд-лидерство: новая концепция брендинга: [текст] /. Аакер, Э. Йохимштайлер; пер. с англ. Н.В. Кияченко, А.Н. Москвичева, Ю.А. Быстрова. - К. : Вид. дім Гребеннікова, 2013. -374 с.</li> <li>2. Балабанова Л.В. Бренд-менеджмент підприємств на основі маркетингу: [навч. посібник] / Л.В. Балабанова, Я.В. Приходченко. - Донецьк : ДонНУЕТ, 2011.-287 с.</li> <li>3. Кендюхов О.В. Бренд-менеджмент: [навч. посібник] / О.В. Кендюхов, К.Ю. Ягельська, Д.С. Файвішенко. - Донецьк: ДонНТУ, 2013. - 459 с.</li> <li>4. Мороз О.В. Теорія сучасного брендингу: [монографія] / О.В. Мороз. - Вінниця: Універсум «Вінниця», 2013.-104 с.</li> <li>5. Мазаракі, А. А. Туристські дестинації (теорія, управління, брендинг): монографія / А. А. Мазаракі, Т.І. Ткаченко, С. В. Мельниченко та ін.; за заг. ред. А. А. Мазаракі. -К. : Київ. Нац. торг.-екон. ун-т, 2013. - 388 с.</li> <li>6. Ріпка Ю. М. Організаційний механізм брендингу територій / Ю. М. Ріпка // Державне управління та місцеве самоврядування : тези XII Міжнар. наук, конгресу, 29 березня 2012 р. - Х. : Вид-во ХарРІ НАДУ «Магістр», 2012. - С. 142— 144.</li> <li>7. Струтинська І.В. Бренд-менеджмент: теорія і практика .- навч. посібник/ укл.: І. В. Струтинська. - Тернопіль: Принт-офіс, 2015. - 204 с.</li> <li>8. Шевченко О.Л. Бренд-менеджмент К.: КНЕУ, 2010. — 400 с. 9. Яцишина Л.К. Бренд-менеджмент: [навч. посібник] / Л.К. Яцишина, Ю.В. Зимбалева, О.А. Виноградов. - К.: КНУТД, 2011. - 102 с.</li> </ol> <p><b>Допоміжна</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Новітній маркетинг : навчальний посібник /за ред. Є.В. Савельєва. - К. : Знання, 2008. - 420 с.</li> <li>2. Руделіус В., Азарян О.М., Бабенко Н.О. Маркетинг (Взаємозв'язок маркетингової та корпоративної стратегій. Процес стратегічного маркетингу) : підручник - К. : Навчально-методичний центр «Консорціум із удосконалення менеджмент-освіти в Україні», 2008. - 648 с.</li> </ol>
Матеріально-технічне, лабораторне, програмне забезпечення дисципліни	Аудиторія, корпус. Ноутбук, комп'ютер, планшет, проектор, інше обладнання
Кафедра	Кафедра арт-менеджменту та івент-технологій Телефон кафедри 0 (44) 531 94 01 Сторінка Кафедри на сайті Академії <a href="https://nakkim.edu.ua/instituti/instituti-institut-praktichnoji-kulturologiji-ta-art-menedzhmentu/kafedra-art-menedzhmentu-ta-ivent-tekhnologij">https://nakkim.edu.ua/instituti/instituti-institut-praktichnoji-kulturologiji-ta-art-menedzhmentu/kafedra-art-menedzhmentu-ta-ivent-tekhnologij</a> Імейл кафедри <a href="mailto:artmanager@nakkim.edu.ua">artmanager@nakkim.edu.ua</a>

Викладач



**Дячук Валентина Павлівна**

Посада: доцент

Науковий ступінь: кандидат культурології

Вчене звання: доцент

Тел.: 067 7678996

E-mail: [vdiachuk@dakkkim.edu.ua](mailto:vdiachuk@dakkkim.edu.ua)

Робоче місце: корпус 11 каб.102