



БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТ

Робоча програма навчальної дисципліни (Силабус)

Реквізити навчальної дисципліни

Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Галузь знань	07 Управління та адміністрування
Спеціальність	073 Менеджмент
Освітня програма	Менеджмент і бізнес-адміністрування Менеджмент міжнародного бізнесу Логістика
Статус дисципліни	Вибіркова
Форма навчання	очна (денна)
Рік підготовки, семестр	3 курс, 6 семестр
Обсяг дисципліни	4 кредити / 120 годин (лекції – 16 годин, практичні заняття – 16 годин, СР – 88 годин)
Семестровий контроль/ контрольні заходи	Залік / МКР
Розклад занять	Згідно розкладу http://roz.kpi.ua
Мова викладання	Українська
Інформація про керівника курсу / викладачів	Лектор: Кузнєцова Катерина Олександрівна, доцент кафедри менеджменту підприємств, кандидат економічних наук, доцент, kuznietsova.kateryna@iil.kpi.ua Практичні заняття: Ченуша Олександр Сергійович, старший викладач кафедри менеджменту підприємств, кандидат економічних наук, chenusha.oleksandr@iil.kpi.ua
Розміщення курсу	https://do.ipk.kpi.ua/course/view.php?id=3672

Програма навчальної дисципліни

1. Опис навчальної дисципліни, її мета, предмет вивчення та результати навчання

Дисципліна «Бренд-менеджмент» належить до курсу вибіркових дисциплін професійного циклу підготовки та призначена для студентів денної та заочної форми навчання за спеціальністю 073 «Менеджмент», освітньо-професійної програми «Менеджмент і бізнес-адміністрування», «Менеджмент міжнародного бізнесу», «Логістика». Вона спрямована на вивчення базових теоретичних основ брендингу, формування та застосування технологій побудови бренду, впровадження та управління брендом на підприємстві. Курс розпочинається з вивчення сутності, основних понять та розвитку брендингу, а далі спрямовується на два основні напрями – розроблення та формування бренду, а також оцінювання та управління ним заради розвитку підприємства в сучасних умовах.

Метою курсу є надання студентам ґрунтовних знань з теоретичних основ брендингу та розширення і підсилення **компетентностей** щодо правового використання торгових знаків, застосування моделей формування та розвитку бренду, оцінювання бренду для прийняття конкретних управлінських рішень, досвід аналітичного та креативного мислення, а саме:

- визначати конкурентні переваги бренду та розвивати їх на підприємстві, аналізувати маркетингову ситуацію навколо конкретного бренду та визначати її вплив на діяльність підприємства;

– розробляти та впроваджувати стратегію бренд-менеджменту на підприємстві, планувати її реалізацію;

–самостійно приймати оптимальні рішення в галузі управління брендом на підприємстві, створювати ефективну організаційну структуру управління брендом організації.

Завдання курсу реалізуються через поглиблення наступних **програмних результатів навчання:**

– демонструвати знання теорії, методів і функцій менеджменту, сучасних концепцій лідерства при розробленні стратегії управління брендом;

– описувати зміст функціональних сфер діяльності організації при розробленні бренду підприємства;

– демонструвати навички виявлення проблемних ланок роботи організації при прийнятті рішень щодо ребрендингу;

– демонструвати навички аналізу ситуації та здійснення комунікації у різних сферах діяльності організації при аналізі зовнішнього середовища підприємства та його впливу на формування іміджу компанії;

– оцінювати правові, соціальні та економічні наслідки функціонування організації при реєстрації торгових знаків;

– демонструвати здатність діяти соціально відповідально та громадсько-свідомо при розробленні брендів для підприємств, що здійснюють міжнародну діяльність.

2. Пререквізити та постреквізити дисципліни (місце в структурно-логічній схемі навчання за відповідною освітньою програмою)

Пререквізити: Менеджмент, Самоменеджмент, HR менеджмент.

Постреквізити: Результати вивчення дисципліни сприятимуть проходженню переддипломної практики, поглибленому опрацюванню бакалаврської кваліфікаційної роботи за відповідною тематикою.

3. Зміст навчальної дисципліни.

Тема 1. Сутність, види та розвиток брендингу.

Тема 2. Правові засади використання торгових знаків.

Тема 3. Позиціювання бренду.

Тема 4. Моделі створення, розвитку та управління брендом.

Тема 5. Розширення та розтягування бренду.

Тема 6. Ребрендинг.

Тема 7. Персональний брендинг.

Тема 8. Бренд країни.

Тема 9. Просування бренду.

4. Навчальні матеріали та ресурси.

Базова література:

1. Бренд-менеджмент: конспект лекцій: навчальний посібник для студентів першого (бакалаврського) рівня спеціальності 073 «Менеджмент» освітньої програми «Менеджмент і бізнес-адміністрування». Уклад.: К.О. Кузнєцова. Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2020. 76 с. URL: <https://ela.kpi.ua/handle/123456789/34765>
2. Бренд-менеджмент. Навчально-методичний комплекс: навч. посіб. для здобувачів ступеня бакалавра за спеціальності 073 Менеджмент / КПІ ім. Ігоря Сікорського ; уклад.: К. О. Кузнєцова, О. С. Ченуша. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2022. 59 с. URL: <https://ela.kpi.ua/handle/123456789/57464>
3. Бренд-менеджмент: дистанційний курс для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю 073 Менеджмент / уклад.: Кузнєцова К.О., Ченуша О.С.; КПІ ім. Ігоря Сікорського. 2022. URL: <http://do.ipk.kpi.ua/course/view.php?id=3672>
4. Смерічевський С.Ф., Петропавловська С.Є., Радченко О.А. Бренд-менеджмент: навчальний посібник // за заг. ред. С. Ф. Смерічевський, С. Є. Петропавловська, О. А. Радченко. К. : НАУ, 2019. 156 с. URL: <http://er.nau.edu.ua/handle/NAU/43488>

- Роман Є.В. Бренд-менеджмент: вимір глобальний, вибір локальний: монографія. КНУ ім. Т. Шевченка. 2021. 256 с.

Додаткова література:

- Закон України «Про охорону прав на знаки для товарів і послуг». URL: <http://zakon.rada.gov.ua>
- Бренд-менеджмент: Навчально-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, 2020. 114 с. URL: [https://marketing.kpi.ua/files/studentam/metodichki/%D0%91%D0%A0%D0%95%D0%9D%D0%94-%D0%9C%D0%95%D0%9D%D0%95%D0%94%D0%96%D0%9C%D0%95%D0%9D%D0%A24.0%20\(%D0%AE%D0%B4%D1%96%D0%BD%D0%B0\).pdf](https://marketing.kpi.ua/files/studentam/metodichki/%D0%91%D0%A0%D0%95%D0%9D%D0%94-%D0%9C%D0%95%D0%9D%D0%95%D0%94%D0%96%D0%9C%D0%95%D0%9D%D0%A24.0%20(%D0%AE%D0%B4%D1%96%D0%BD%D0%B0).pdf)
- Бренд-менеджмент у сучасному бізнесі : навчальний посібник / упорядник О. М. Марченко. Львів : Львівський державний університет внутрішніх справ, 2023. 268 с. URL: <https://dspace.lvduvs.edu.ua/bitstream/1234567890/6178/1/%d0%9c%d0%b0%d1%80%d1%87%d0%b5%d0%bd%d0%ba%d0%be%20%d0%9e.%d0%9c.%20-%d0%bc%d0%b0%d0%ba%d0%b5%d1%82.pdf>
- Струтинська І.В. Бренд-менеджмент: теорія і практика. Тернопіль: Прінт-офіс. 2015. 204 с. URL: http://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/123456789/7116/6/Navchalno_metodychnyj_pidruchnyk.pdf
- Траут Дж., Райс Е. Маркетингові війни. Х.: Фабула, 2019. 240 с.
- Бейслі С., Мілліган Е. Міфи про брендинг. Х.: Фабула, 2020. 256 с.
- Саленбахер Ю. Креативний особистий брендинг. Х.: Фабула, 2019. 224 с.
- Кузнєцова К. О. Бренд вищої освіти України в світі. Формування іміджу закладу освіти на основі сучасних комунікаційних технологій: матеріали всеукраїнського науково- педагогічного підвищення кваліфікації з економічних наук: матеріали конференції, 27 березня – 7 травня 2023 р. Львів-Торунь : Ліга-Прес, 2023. С. 117-119.
- Кузнєцова К.О., Ченуша О.С. Бренд країни як інструмент її позиціонування на міжнародному ринку. II Міжнар. науково-практична конференція «Економіка підприємства: сучасні проблеми теорії та практики», 08 вересня 2023 р., Одеса: Одеський національний економічний університет. С. 609-610.

Навчальний контент

5. Методика опанування навчальної дисципліни (освітнього компонента)

Методи навчання і форми оцінювання

Викладання та опанування освітньої компоненти ґрунтується на ряді методів навчання:

основні методи навчання: лекції проблемного характеру, практичні заняття, консультації, написання модульної контрольної роботи, робота з навчально-методичною літературою і інформаційними ресурсами;

загальні методи навчання: пояснювально-ілюстративний, проблемного викладу, інтерактивний, проблемно-пошуковий, частинно-пошуковий;

спеціальні методи навчання: кейс-метод, робота в малих групах, методи вирішення творчих завдань, аналітичні завдання, презентації, дискусія.

Засвоєння освітньої компоненти передбачає відповідні методи навчання та оцінювання, які забезпечать досягнення програмних результатів навчання.

Відповідність програмних результатів, методів навчання і форм оцінювання

Програмні результати навчання	Методи навчання	Форми оцінювання
демонструвати знання теорії, методів і функцій менеджменту, сучасних концепцій лідерства при розробленні стратегії управління брендом; описувати зміст функціональних сфер діяльності організації при розробленні бренду підприємства; демонструвати навички виявлення проблемних ланок роботи організації при прийнятті рішень щодо ребрендингу; демонструвати навички аналізу ситуації та здійснення комунікації у різних сферах діяльності організації при аналізі зовнішнього середовища підприємства та його впливу на формування іміджу компанії;	Основні: лекції проблемного характеру, практичні заняття, консультації, написання модульної контрольної роботи, робота з навчально-методичною літературою і інформаційними ресурсами; Загальні: пояснювально-ілюстративний, проблемного викладу, інтерактивний, проблемно-пошуковий, частинно-пошуковий;	Рейтингова система оцінювання, яка передбачає накопичення балів за: проходження інтегрованого онлайн курсу, відповіді на практичних заняттях, тестування, модульну контрольну роботу, розроблення картки проєкту. Підсумковий контроль – залік

оцінювати правові, соціальні та економічні наслідки функціонування організації при реєстрації торгових знаків; демонструвати здатність діяти соціально відповідально та громадсько-свідомо при розробленні брендів для підприємств, що здійснюють міжнародну діяльність.	Спеціальні: кейс-метод, робота в малих групах, методи вирішення творчих завдань, аналітичні завдання, презентації, дискусія.	
--	--	--

6. Тематика та структурно-логічна побудова курсу

Навчальним планом передбачено проведення 16 годин лекційних занять та 16 годин практичних занять, модульний контроль.

Тиждень навчання	Назва розділів, тем	Розподіл годин				Опис занять	Навчальна діяльність та оцінювання
		Л	П	С	Всього		
1-2	Тема 1. Сутність, види та розвиток брендингу	2	2	11	15	Лекція 1 Практичне заняття 1 <i>Genesis. Модуль 1-2</i>	Дискусія Робота на он-лайн платформі <i>Genesis</i>
3-4	Тема 2. Правові засади використання торгових знаків	2	2	13	17	Лекція 2 Практичне заняття 2 <i>Genesis. Модуль 3</i>	Обговорення Робота на он-лайн платформі <i>Genesis</i>
5-6	Тема 3. Позиціонування бренду	2	2	13	17	Лекція 3 Практичне заняття 3 <i>Genesis. Модуль 4</i>	Дискусія Кейс 1 Тестування Робота на он-лайн платформі <i>Genesis</i>
7-8	Тема 4. Моделі створення, розвитку та управління брендом	2	2	13	17	Лекція 4 Практичне заняття 4 <i>Genesis. Модуль 5</i>	Обговорення Робота на он-лайн платформі <i>Genesis</i>
9-10	Тема 5. Розширення та розтягування бренду	2	2	13	17	Лекція 5 Практичне заняття 5 <i>Genesis. Модуль 6</i>	Обговорення Робота на он-лайн платформі <i>Genesis</i>
11-12	Тема 6. Ребрендинг Тема 7. Персональний брендинг	2	2	13	17	Лекція 6 Практичне заняття 6 <i>Genesis. Модуль 7-8</i>	Обговорення Кейс 2 Робота на он-лайн платформі <i>Genesis</i>
13-14	Тема 8. Бренд країни МКР	2	2	4	8	Лекція 7 Практичне заняття 7 <i>Genesis. Модуль 9-10</i>	МКР Генерація сертифікатів Завантаження картки проєкту
15-16	Тема 9. Просування бренду Залік	2	2	8	12	Лекція 8 Практичне заняття 8	Залік
Всього		16	16	88	120		

Примітка: Л – лекції, П – практичні заняття, С – самостійна робота.

7. Самостійна робота студента.

Самостійна робота студентів передбачає самостійне опрацювання додаткових матеріалів курсу, підготовку до практичних занять, виконання домашніх завдань у вигляді проведення міні-досліджень, виконання творчих завдань, підготовку до дискусій та обговорень. Обсяги часу на виконання самостійної роботи становлять 88 год.

8. Політика навчальної дисципліни (освітнього компонента)

Відвідування занять та норми поведінки. Відвідування занять є вільним, бали за присутність на лекціях та практичних заняттях не додаються. Втім, вагома частина рейтингу формується через активну участь у заходах на практичних заняттях, а саме за участі у ділових іграх, аналізі конкретних ситуацій, груповій та індивідуальній роботі. Тому пропуск практичного заняття знижує можливість здобувача отримати рейтингові бали.

Користуватись мобільним телефоном на заняттях можна лише у беззвучному режимі. Норми етичної поведінки визначені у Кодексі честі (<https://kpi.ua/code>). В університеті здобувачі мають поводити себе відповідно до Правил внутрішнього розпорядку (<https://kpi.ua/admin-rule>).

Дистанційний режим навчання. У разі запровадження обмежень на відвідування університету, пов'язаних з введенням карантину або режиму воєнного стану в державі, освітній процес проваджується у дистанційному режимі відповідно до Положення про дистанційне навчання в КПІ ім. Ігоря Сікорського (<https://osvita.kpi.ua/index.php/node/188>), Регламенту організації освітнього процесу в дистанційному режимі (<https://profkom.kpi.ua/reglament-organizatsiyi-osvitnogo-protsesu-v-distantsiynomu-rezhimi/>) та Регламенту проведення семестрового контролю в дистанційному режимі (<https://osvita.kpi.ua/node/148>).

Дистанційний курс дисципліни розміщено на Платформі дистанційного навчання «Сікорський» (<https://www.sikorsky-distance.org>). Дистанційні заняття проводяться у вигляді онлайн-конференції з використанням програми для організації відеоконференцій **Zoom**. Посилання на конференцію надається здобувачам на початку семестру. Результати оцінювання висвітлюють у АС «Електронний кампус» на особистій сторінці здобувача (<https://ecampus.kpi.ua>).

Політика оцінювання контрольних заходів. Оцінювання контрольних заходів відбувається відповідно до Положення про систему оцінювання результатів навчання в КПІ ім. Ігоря Сікорського (<https://osvita.kpi.ua/node/37>), Положення про поточний, календарний та семестровий контроль результатів навчання в КПІ ім. Ігоря Сікорського (<https://osvita.kpi.ua/index.php/node/32>). Нижня межа позитивного оцінювання кожного контрольного заходу складає не менше 60% від балів, визначених для цього контрольного заходу, а негативний результат оцінюється в 0 балів. Семестровий контроль проводиться у формі заліку за PCO-1 (першого типу), що передбачає оцінювання заходів поточного контролю з дисципліни впродовж семестру.

Рейтингова оцінка здобувача складається з балів, отриманих здобувачем за результатами заходів поточного контролю, заохочувальних та штрафних балів.

Рейтингова оцінка доводиться до здобувачів на передостанньому занятті з дисципліни в семестрі. Здобувачі, які виконали всі умови допуску до заліку та мають рейтингову оцінку 60 і більше балів, отримують відповідну до набраного рейтингу оцінку без додаткових випробувань.

Результати оцінювання висвітлюються у АС «Електронний кампус» на особистій сторінці здобувача (<https://ecampus.kpi.ua>).

Правила зарахування індивідуальних завдань. Обґрунтоване і аргументоване викладення опрацьованої теоретичної, прикладної та аналітичної складової в рефераті, аргументоване відстоювання власних висновків.

Заохочувальні та штрафні бали. Заохочувальні бали здобувач може отримати за участь у конкурсах наукових робіт за тематикою дисципліни або за поглиблене вивчення окремих тем, результати якого представлені у вигляді наукових тез, есе, презентації, наукової статті тощо, проходження онлайн курсів за тематикою дисципліни. Штрафні бали нараховуються за несвоєчасне виконання індивідуального семестрового завдання. Заохочувальні та штрафні бали не входять до основної шкали PCO, а їх максимальна сума складає 5 балів.

Політика дедлайнів та перескладань. МКР складаються лише у призначений день. Якщо контрольні заходи, або виконання завдань пропущені з поважних причин (хвороба або вагомі життєві обставини), надається можливість додатково скласти завдання протягом найближчого тижня. Невиконання завдань, а також порушення термінів їх виконання з неповажних причин не надасть можливості набрати відповідні бали рейтингу. Порядок ліквідації академічної заборгованості та перескладання семестрового контролю регулюється Положенням про поточний, календарний та семестровий контроль результатів навчання в КПІ ім. Ігоря Сікорського (<https://osvita.kpi.ua/index.php/node/32>).

Оскарження результатів контрольних заходів. У випадку незгоди здобувача з оцінкою за результатами контрольного заходу, він має право подати апеляцію у день оголошення результатів на

ім'я декана факультету за процедурою визначеною Положенням про апеляції (<https://osvita.kpi.ua/index.php/node/182>).

Визнання результатів навчання, набутих у неформальній або інформальній освіті. Порядок визнання таких результатів регламентується Положенням про визнання результатів навчання, набутих у неформальній / інформальній освіті (<https://osvita.kpi.ua/index.php/node/179>). Можуть бути зараховані окремі теми дисципліни. В такому разі здобувач звільняється від виконання відповідних завдань, отримуючи за них максимальний бал відповідно до рейтингової системи оцінювання.

Академічна доброчесність. При оцінювання робіт здобувачів особлива увага приділяється дотриманню політики академічної доброчесності (<https://kpi.ua/academic-integrity>). В разі виявлення дублювання робіт, такі роботи отримують нульовий рейтинг. При виявленні значного рівня запозичень в розрахунковій роботі або інших роботах без належного цитування, роботи не оцінюються і повертаються здобувачу на доопрацювання.

Політика використання штучного інтелекту. Використання штучного інтелекту регламентується «Політикою використання штучного інтелекту для академічної діяльності в КПІ ім. Ігоря Сікорського» (<https://osvita.kpi.ua/node/1225>). Усі навчальні завдання з дисципліни мають бути результатом власної оригінальної роботи здобувача. Використання штучного інтелекту для автоматичної генерації відповідей без подальшого їх аналізу та доопрацювання заборонено. Здобувачам не рекомендується покладатися на штучний інтелект, як на єдине джерело інформації. Важливо перевіряти та аналізувати отримані дані з наукових джерел. Усі випадки використання штучного інтелекту для виконання завдань мають бути чітко вказані та задокументовані. Це стосується як використання текстових генераторів, так й інших інструментів штучного інтелекту. Використання штучного інтелекту має відповідати принципам академічної доброчесності. Недотримання цього положення розглядатиметься як порушення академічної етики.

9. Види контролю та рейтингова система оцінювання результатів навчання (PCO)

Види контролю

Оцінювання передбачає застосування рейтингової системи першого типу згідно Положення про систему оцінювання результатів навчання в КПІ ім. Ігоря Сікорського (PCO-1).

Семестровий контроль студента проводять за результатами підсумкового значення рейтингу з дисципліни. Максимальний сумарний рейтинг за курс – 100 балів. Нижня межа позитивного оцінювання кожного контрольного заходу складає 60% від його рейтингового балу.

Рейтингова система оцінювання

Оцінювання ґрунтується на застосування рейтингової системи оцінювання, яка передбачає систематичну роботу студентів протягом семестру і складається з наступних заходів:

1. *Тестування за темами лекцій.* Максимальна кількість балів = 10 балів (20 тестових питань по 0,5 балів кожне).

2. *Робота на практичних заняттях.* Під час курсу студенти мають командами розробити власний бренд обраного товару чи послуги, виконавши дослідження в інтегрованому онлайн-курсі від компанії Genesis, пройшовши всі модулі та зарахувати (залежно від успішності пройденого курсу, зазначеної на сертифікаті) від 0 до 50 балів. Максимальна кількість балів = 50 балів. Бал, вказаний в іменному сертифікаті множиться на 0,5.

3. *Самостійна робота.* Картка розробленого проєкту. Максимальна кількість балів = 20 балів.

20-19 балів – продемонстровано творчий підхід до розкриття теми, ґрунтовно розкрито тему з економічним обґрунтуванням запропонованих заходів;

18-16 балів – повністю розкрито тему, однак рекомендації та економічне обґрунтування недостатньо розкриті, робота здана невчасно;

15-14 балів – тему розкрито з певними недоліками, не відображено або не обґрунтовано або власну позицію, робота здана невчасно;

13-12 балів – тему розкрито фрагментарно або на основі застарілих даних, запропоновані заходи та економічне обґрунтування недостатньо розроблені та опрацьовані, роботу здано невчасно;

11-1 балів – тему розкрито частково на основі компіляції теоретичних матеріалів без власного обґрунтування, власна позиція не відображена, відсутні власні висновки;

0 балів – робота не зарахована, наявний плагіат, тему не розкрито.

4. *Кейси.* Ваговий бал - 5 балів. Максимальна кількість балів: 5 балів x 2 = 10 балів.

5 балів – повна відповідь (не менше 90% потрібної інформації);

4 бали – достатньо повна відповідь (не менше 75% потрібної інформації), або повна відповідь з незначними неточностями;

- 3 бали – неповна відповідь (не менше 60% потрібної інформації);
- 2 бали – незначні помилки (не менше 30% потрібної інформації);
- 1 бал – не відповідає вимогам на «задовільно»;
- 0 балів – відповідь не надана.

4. *Модульна контрольна робота.* Максимальна кількість балів = 10 балів. МКР передбачає надання відповіді на 40 тестових питань (рейтинговий бал за кожну правильну відповідь – 0,25)

Максимальний бал за курс – 100 балів.

Для отримання «атестовано» з першого календарного контролю (8 тиждень) студент має мати не менше, ніж 60% від максимальної кількості можливих балів, що надавалися за завдання.

Для отримання «атестовано» з другого календарного контролю (14 тиждень) студент має мати не менше, ніж 60% від максимальної кількості можливих балів, що надавалися за завдання.

Студент отримує залік, якщо набирає 60 балів або більше. Якщо він бажає підвищити свій результат, то може взяти участь у заліковій контрольній роботі. У цьому разі остаточний результат складається із балів, що отримані на заліковій контрольній роботі. Якщо сума балів менша за 60, студент виконує залікову контрольну роботу.

Залікова контрольна робота оцінюється у 100 балів. Контрольне завдання цієї роботи складається з: -тестових завдань (50 тестових питань по 2 бали кожне).

Таблиця відповідності рейтингових балів оцінкам за університетською шкалою:

Кількість балів	Оцінка
100-95	Відмінно
94-85	Дуже добре
84-75	Добре
74-65	Задовільно
64-60	Достатньо
Менше 60	Незадовільно
Не виконані умови допуску	Не допущено

10. Додаткова інформація з дисципліни (освітнього компонента)

Викладення дисципліни може бути переведено у дистанційній формі в разі введення карантинних обмежень чи інших форм-мажорних обставин на території університету.

Робочу програму навчальної дисципліни (силабус):

Складено: доцентом кафедри менеджменту підприємств ФММ, к.е.н. доц. Кузнєцовою Катериною Олександрівною; старшим викладачем кафедри менеджменту підприємств ФММ, к.е.н. Ченушею Олександром Сергійовичем.

Ухвалено: кафедрою менеджменту підприємств ФММ (протокол № 18 від 12.06.2024 р.).

Погоджено: Методичною комісією ФММ (протокол № 10 від 24.06.2024 р.).