

ПОЛІСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ



Факультет права, публічного управління та національної безпеки
Кафедра економічної теорії, інтелектуальної власності та публічного управління

Силабус навчальної дисципліни «БРЕНДИНГ В ПУБЛІЧНОМУ УПРАВЛІННІ»

1. Профіль дисципліни

Освітньо-професійна програма «Публічне управління та адміністрування»	Освітній ступінь – бакалавр Галузь знань: 28 Публічне управління та адміністрування Спеціальність: 281 Публічне управління та адміністрування Кількість кредитів – 5 Загальна кількість годин – 150 Рік підготовки, семестр – 4/8 Компонент освітньої програми: обов'язкова Цикл підготовки: професійний Мова викладання: українська
--	--

2. Інформація про викладача

Викладач	Захаріна Оксана Володимирівна
Профайл викладача	http://znau.edu.ua/zakhirna-oksana-volodymyrivna
Контактна інформація	тел. +38 (097) 989 46 63; ovzakharina@ukr.net
Сторінка курсу в Moodle	http://m.polissiauniver.edu.ua/course/view.php?id=2217
Консультації	Онлайн консультація: Zoom, Viber Пн, Ср 13.00-17.00 Офлайн консультація: Вт 12.00-15.00, каб. 317

3. Анотація до дисципліни

Мета вивчення дисципліни – формування у здобувачів освіти цілісного уявлення про теоретичні основи та прикладні інструменти брендингу в публічному управлінні, розвиток здатності проектувати, впроваджувати та оцінювати бренд публічних інституцій, територій і публічних політик з метою підвищення довіри громадськості, ефективності комунікації на державній службі та формування позитивного публічного іміджу.

Основними завданнями навчальної дисципліни є засвоєння теоретичних засад брендингу в системі публічного управління та адміністрування, формування розуміння ролі бренду публічних інституцій, територій і публічних політик у процесах управління та комунікації, опанування методів аналізу цільових аудиторій і стейкхолдерів публічного сектору, набуття практичних навичок розроблення бренд-стратегії публічної інституції або території, вивчення інструментів брендингових комунікацій на державній службі, зокрема в цифровому середовищі, формування вмінь оцінювати ефективність брендингових рішень у публічному управлінні та розвиток аналітичного й критичного мислення щодо використання брендингу як інструменту публічної політики.

Вивчення дисципліни сприяє формуванню загальних компетентностей (ЗК) та спеціальних компетентностей (СК), пов'язаних із представленням органів публічного управління у взаємодії з іншими суб'єктами, забезпеченням належної якості управлінських процесів та комунікацій.

ЗК08. Вміння виявляти, ставити та вирішувати проблеми.

СК02. Здатність забезпечувати належний рівень вироблення та використання управлінських продуктів, послуг чи процесів.

СК03. Здатність забезпечувати дотримання нормативно-правових та морально-етичних норм поведінки.

Програмні результати навчання (РН), які формуються в процесі викладання навчальної дисципліни:

РН08. Розуміти та використовувати технології вироблення, прийняття та реалізації управлінських рішень.

РН12. Уміти налагодити комунікацію між громадянами та органами державної влади і місцевого самоврядування.

У результаті вивчення навчальної дисципліни здобувач вищої освіти повинен **знати:** теоретичні основи брендингу в публічному управлінні, концепції та моделі формування бренду публічних інституцій, територій і публічних політик, принципи стратегічного позиціонування в публічному секторі, механізми формування довіри та репутації органів влади, інструменти брендингових комунікацій на державній службі, особливості цифрового брендингу в публічному управлінні, методи аналізу цільових аудиторій і стейкхолдерів, а також критерії та показники оцінювання ефективності брендингових стратегій у публічному секторі.

Здобувачі повинні **вміти:** аналізувати брендове середовище публічних інституцій і територій, визначати та сегментувати цільові аудиторії і ключових стейкхолдерів, розробляти бренд-стратегії та елементи бренд-платформи для публічного сектору, застосовувати інструменти стратегічних і цифрових комунікацій на державній службі, формувати та підтримувати позитивний публічний імідж органів влади, оцінювати ефективність брендингових рішень і комунікаційних кампаній, а також інтегрувати брендинг у процеси публічного управління та реалізації публічної політики.

4. Організація навчання

4.1. Обсяг дисципліни

Вид заняття	Загальна кількість годин	
	Денна	Заочна
Лекції	30	6
Практичні	30	6
Самостійна робота	90	138

4.2. Зміст початкової дисципліни

№ з/п	Тема	Назва теми	Кількість годин	
			денна форма	заочна форма
<i>Розділ 1. Значення, сутність, функції і моделі брендингу</i>				
1	T1	<p><i>Тема 1. Суть, поняття та розвиток брендингу</i></p> <ol style="list-style-type: none"> Еволюція брендингу. Роль брендингу в сучасному житті суспільства. Співвідношення термінів бренд, торгова марка та торговий знак. Бренд-менеджмент в стратегічному розвитку підприємства. Вигоди бренду для виробника та споживача. Місце і роль брендингу в інноваційній діяльності. 	12,5	12,5

2	T2	<p><i>Тема 2. Правові засади використання торгових знаків</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Розвиток законодавства про знаки у світі. 2. Основні положення Закону «Про охорону прав на знаки для товарів і послуг». 3. Порядок реєстрації товарного знаку. 4. Міжнародні угоди в сфері реєстрації та визнання знаків. 	12,5	12,5
3	T3	<p><i>Тема 3. Бренд, імідж та репутація: їх взаємозв'язок і вплив на розвиток територій, організацій та окремих осіб</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Суть та основні характеристики понять: «імідж», «репутація» та «бренд». 2. Взаємозв'язок і вплив понять «імідж», «бренд» та «репутація» на розвиток територій, організацій та окремих осіб. 	12,5	12,5
4	T4	<p><i>Тема 4. Функції, види та стратегії бренду</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Функції бренду та результати їх виконання. 2. Види брендів та їх зміст. 3. Характеристика "Geographical" brands (Географічні бренди). 4. Позиціонування бренду. 5. Стратегії позиціонування бренду. 	12,5	12,5
5	T5	<p><i>Тема 5. Методика і практика розробки сильного бренду</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Створення бренду – мистецтво чи наука? 2. Цикл створення бренду. 3. Розроблення імені та візуалізації бренду. 4. Особливості застосування концепції брендингу на вітчизняному ринку. 	12,5	12,5
<i>Розділ 2. Інструменти брендингу в публічному управлінні</i>				
6	T6	<p><i>Тема 6. Практика «приватного» брендування</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Суть та етапи становлення Private Labels (приватної торгової марки (ПТМ)). 2. Психологія споживачів і капітал марки. 3. Особливості просування ПТМ. 4. Співпраця мережі із виробниками. 	12,5	12,5
7	T7	<p><i>Тема 7. Сучасний концептуальний підхід до системи брендингу</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Сучасна парадигма брендингу. 2. Формування ефективної стратегії управління активами бренда. 3. Основні вектори які відображають суть бренд-менеджменту. 4. Десять «заповідей» успішного бренд-менеджменту. 	12,5	12,5
8	T8	<p><i>Тема 8. Архітектура брендингу</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Рівні брендингу. 2. Управління портфелем брендів. 3. Управління брендом на різних етапах життєвого циклу. 	12,5	12,5
9	T9	<p><i>Тема 9. Поняття розширення та розтягування бренду</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Поняття та суть розтягування та розширення бренду. 2. Основні види розтягування та розширення бренду. 	12,5	12,5

		3. Недоліки розширення бренду. 4. Приклади невдалих розширень бренду.		
10	Т 10	<i>Тема 10. Основи оцінювання брендингу</i> 1. Поняття активу та капіталу марки. Підходи до їх оцінювання. 2. Кількісні параметри успіху бренду на ринку. 3. Підходи до визначення вартості бренду. 4. Якісні методи оцінювання бренду.	12,5	12,5
11	Т 11	<i>Тема 11. Бренд країни</i> 1. Політика державного брендингу в сучасних умовах. 2. Суб'єкти державної політики брендингу територій в Україні. 3. Візуальна концепція бренду України. а) Візуальна концепція бренду України «Розділи із літерами U, K». б) Візуальна концепція бренду України «Розділи із літерами «R, A». в) Візуальна концепція бренду України «Розділи із літерами «I, N». г) Візуальна концепція бренду України «Розділ із літерою «E».	12,5	12,5
12	Т 12	<i>Тема 12. Брендінг в сфері політики і культури</i> 1. Брендінг політичного ринку України. 2. Бренд в сфері культури і мистецтва. 3. Культурний брендінг України.	12,5	12,5
Разом			150	150

4.3. Форми контролю та методи оцінювання

Рейтинг здобувача визначається за 100-бальною шкалою і формується із рейтингу виконання семестрової роботи (інтервал 36-60 балів) та рейтингу підсумкового контролю (мінімальний бал – 24, максимальний – 40).

Основними видами контролю результатів навчання під час вивчення дисципліни «Брендінг в публічному управлінні» є поточний і підсумковий контроль.

Поточний контроль здійснюється у формі усних опитувань, виконання індивідуальних самостійних завдань, тестування, фіксованих доповідей, підготовки презентацій та публічний виступ.

Участь в обговоренні дискусійних питань на заняттях. Оцінку «відмінно» (5 балів) одержує здобувач, який демонструє чітке і досконале знання програмного матеріалу, розуміє та відтворює взаємозв'язок категорій. Оцінку «добре» (3-4 бали) здобувач одержує за наявності незначних неточностей щодо знань програмного матеріалу, «задовільно» (1-2 бали) – здобувач демонструє уривчасті знання з програмного матеріалу, «незадовільно» (0 балів) – здобувач не орієнтується у програмному матеріалі.

Виконання індивідуальних самостійних завдань оцінюється:

«Відмінно»	Правильне формування завдання з використанням необхідної методики, з повним викладенням порядку її розв'язування та глибокою обґрунтованістю відповіді за результатами знання теоретичних питань.
«Добре»	Формування завдання з використанням необхідної методики, з неповним викладенням порядку її розв'язання або недостатньо глибокою обґрунтованістю відповіді за результатами відповіді.
«Задовільно»	Правильний кінцевий результат формування завдання, проте відсутні будь-які коментарі до використаної методики або відсутність правильного опису алгоритму завдання.
«Незадовільно»	Поверхневе пояснення або неправильне формування завдання з неправильним викладенням міркувань щодо порядку його розв'язання.

Тестування. Тестове завдання дає можливість оцінити репродуктивні знання здобувачів за темами курсу. Оцінку «відмінно» здобувач отримує при 90-100 % правильних відповідей, «добре» – 75-89 %, «задовільно» – 60-74 % правильних відповідей, менше 60 % правильних відповідей – «незадовільно».

Підготовка здобувачами доповідей. З переліку запропонованих тем здобувачі вибирають дві теоретичні теми і презентують їх протягом семестру перед групою під час практичного заняття.

Оцінку «відмінно» (5 балів) одержує здобувач, який підготував ґрунтовні та змістовні доповіді з обраних тем, демонструє глибоке розуміння теоретичного матеріалу, логічно та послідовно викладає зміст, аргументовано висловлює власну позицію, коректно використовує фахову термінологію, встановлює взаємозв'язки між ключовими поняттями та активно відповідає на запитання аудиторії.

Оцінку «добре» (3-4 бали) одержує здобувач, який загалом правильно розкриває обрані теми, демонструє достатній рівень теоретичних знань, однак допускає окремі неточності або неповноту викладу матеріалу, не завжди чітко аргументує власні висновки чи встановлює взаємозв'язки між поняттями.

Оцінку «задовільно» (1-2 бали) одержує здобувач, який презентує матеріал фрагментарно, демонструє поверхові знання з обраних тем, має труднощі з логічним викладом, використанням термінології та відповідями на запитання.

Оцінку «незадовільно» (0 балів) одержує здобувач, який не розкрив зміст обраних тем, не орієнтується в теоретичному матеріалі або не підготував і не презентував доповіді.

Презентація здобувачами відеодослідження або дослідження з використанням програми PowerPoint. Здобувачі під кінець семестру презентують практичні дослідження, які вони готували протягом семестру. Це може бути або знятий ролик на вибрану тему, або розробка бренду (дозволяється уявного), або детально вивчений досвід побудови й просування конкретного бренду, історія бренду.

Оцінку «відмінно» (5 балів) – здобувач презентує повністю завершене та якісно виконане практичне дослідження, яке вирізняється логічною структурою, глибоким аналізом обраної теми, обґрунтованістю висновків і креативним підходом. Презентація (відео або PowerPoint) є змістовною та візуально оформленою, використано фахову термінологію; здобувач упевнено відповідає на запитання.

Оцінку «добре» (3-4 бали) – здобувач демонструє добрий рівень підготовки практичного дослідження, логічно подає матеріал і загалом правильно розкриває тему, однак наявні окремі неточності, недостатня аргументація або незначні недоліки в оформленні чи поданні результатів.

Оцінку «задовільно» (1-2 бали) – здобувач представляє дослідження на задовільному рівні: матеріал подано фрагментарно, аналіз є поверховим, висновки недостатньо обґрунтовані, презентація має помітні недоліки в структурі або візуальному оформленні.

Оцінку «незадовільно» (0 балів) – здобувач презентує неповне або слабко підготовлене дослідження, не розкриває обрану тему належним чином, не демонструє розуміння основних положень роботи та має труднощі з поясненням результатів.

Після вивчення дисципліни **передбачається підсумковий контроль у формі екзамену**, спрямований на перевірку рівня засвоєння теоретичних знань і практичних навичок здобувачів вищої освіти.

Екзамен дає змогу оцінити здатність студентів аналізувати та формувати бренд органів публічної влади, територій і публічних інституцій, розробляти та реалізовувати бренд-стратегії, приймати обґрунтовані управлінські рішення у сфері публічного брендингу, будувати ефективну взаємодію з цільовими аудиторіями, дотримуючись етичних і правових норм, а також застосовувати сучасні маркетингові та комунікаційні інструменти у професійній діяльності..

Екзамен проводиться для всіх без винятку здобувачів вищої освіти (незалежно від сумарної кількості балів, отриманих за результатами поточного та періодичного контролю за семестр). До підсумкового контролю з навчальної дисципліни допускаються здобувачі вищої освіти, які виконали всі види індивідуальних завдань та обов'язкових робіт, передбачених робочою програмою.

Екзамен охоплює різні способи контролю: вирішення тестів, розкриття теоретичних питань та розв'язання практичних завдань. Білети екзамену з дисципліни містять 2 теоретичних питання та 1 практичне завдання (змінна частина), відповіді на які повинні ґрунтуватись на знаннях всього курсу.

Підсумкова оцінка визначається як сума балів за поточний контроль (**максимум 60 балів**), під час якого оцінювання навчальних досягнень здійснюється за 5-бальною системою та переведенням у бальну шляхом множення середньоарифметичного значення на коефіцієнт переведення у 60-бальну шкалу – 12, та результатів підсумкового контролю (**екзамен – максимум 40 балів**).

Екзамен може відбуватися в усній формі, письмовій формі або складатися з письмової та усної частин. Максимальний екзаменаційний бал становить **40**.

Викладач оцінює відповідь студента на екзамені за 4-бальною шкалою. Ця оцінка трансформується в **екзаменаційний рейтинговий бал** у такий спосіб:

«Відмінно» – 31-40 балів. Бездоганна відповідь.

«Добре» – 21-30 балів. Вірна відповідь, містить окремі неточності чи упущення.

«Задовільно» – 11-20 балів. Загалом правильна, однак неповна чи стисла відповідь.

«Незадовільно» – 5-10 балів. Виконання завдань не повне або не точне.

Підсумкова оцінка за дисципліну виставляється за підсумковим рейтинговим балом (сума семестрового рейтингового балу та екзаменаційного балу) за таблицею.

Якщо здобувач на екзамені з дисципліни, з якої він мав семестровий рейтинговий бал **менше 42 балів**, отримує **позитивну** екзаменаційну оцінку («відмінно» («5»), «добре» («4»), «задовільно» («3»)), то здобувачу виставляється підсумкова оцінка з дисципліни за національною шкалою **лише «задовільно»**, за шкалою ЄКТС – **Е**, а в екзаменаційній відомості в графі «Підсумковий рейтинговий бал» ставиться **60 балів**.

Під час оцінювання знань і вмінь здобувачів вищої освіти можуть бути враховані результати навчання, отримані у неформальній освіті. До неформальної освіти належить навчання, здобуте на відкритих освітніх платформах, онлайн-курсах, тренінгах, вебінарах і програмах підвищення кваліфікації, зокрема на таких платформах, як *Coursera*, *edX*, *Prometheus*, *Udemy*, *FutureLearn*, *Google Digital Garage*, а також в межах програм міжнародних організацій, професійних спільнот, громадських ініціатив чи освітніх проєктів, пов'язаних із тематикою дисципліни. Для цього, здобувач освіти, що має підтвердження про результати навчання у неформальній освіті (сертифікат, диплом чи інший документ), звертається із письмовою заявою в деканат факультету і складає підсумковий контроль предметній комісії.

Наявність підтверджуючих документів є підставою для зарахування окремої теми лекційного чи практичного заняття, змістовного модуля або всього навчального матеріалу дисципліни за умови, що зміст, обсяг і результати навчання програми неформальної освіти відповідають робочій програмі дисципліни та забезпечують досягнення визначених результатів навчання.

Критерії оцінки знань здобувачів під час усних та письмових відповідей з курсу:

- повнота розкриття питання;
- використання основної та додаткової літератури (підручників, навчальних посібників, журналів тощо);
- логіка викладення матеріалу, культура мови, емоційність та переконаність;
- аналітичні міркування, вміння робити порівняння, цілісність, системність, логічна послідовність, вміння формулювати висновки.

Здобувачі ознайомлюються з критеріями оцінювання знань перед початком викладання дисципліни.

Розподіл балів, які отримують здобувачі вищої освіти

Змістовний модуль 1						Змістовний модуль 2								Підсумковий контроль МКР	Середня оцінка за семестр	Поточний контроль	Екзамен	Підсумкова оцінка
Практична робота					Індивідуальна самостійна робота Т 1-5	Практична робота							Індивідуальна самостійна робота Т 6-12					
T1	T2	T3	T4	T5		T6	T7	T8	T9	T10	T11	T12						
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5

Максимальна сума балів з навчальної дисципліни, яку отримує здобувач протягом семестру дорівнює **100 балам**

Шкала оцінювання: національна та шкала університету

Сума балів за шкалою університету	Оцінка за національною шкалою	
	для екзамену, диференційованого заліку, курсового проєкту (роботи), практики	для заліку
90-100	Відмінно	
75-89	Добре	
60-74	Задовільно	
менше 60	Незадовільно	
		Зараховано
		Не зараховано

5. Політики дисципліни

Політики курсу «Брендинг в публічному управлінні» вибудовуються із урахуванням норм законодавства України щодо академічної доброчесності, у т. ч. щодо використання штучного інтелекту, та регламентних документів щодо організації навчання у Поліському національному університеті.

За порушення академічної доброчесності здобувачі будуть притягнені до академічної відповідальності у відповідності до положення про дотримання академічної доброчесності педагогічними, науково-педагогічними, науковими працівниками та здобувачами вищої освіти ПНУ (Положення про академічну доброчесність, запобігання та виявлення плагіату (<https://cutt.ly/mXedYJK>); Положення про комісію з питань етики та академічної доброчесності (<https://cutt.ly/LXedIFx>); Наказ ректора від 08.09.2021 р. № 131/од «Про внутрішню систему запобігання та виявлення академічного плагіату» (<https://cutt.ly/SXedS12>); Наказ ректора від 04.12.2020 р. № 267 «Про створення фахових експертних комісій для перевірки робіт на наявність академічного плагіату» (<https://cutt.ly/OXedGug>); Порядок перевірки академічних текстів на наявність академічного плагіату (<https://cutt.ly/wXedJtv>).

Політика щодо відвідування: задля успішного засвоєння теоретичних знань і формування компетентностей здобувачі освіти зобов'язані регулярно відвідувати заняття,

брати активну участь у обговоренні ключових питань із теми, виконувати необхідний мінімум навчальної роботи. Допускаються пропуски занять з таких поважних причин, як хвороба, участь в олімпіаді, творчому конкурсі тощо за попередньою домовленістю та згодою викладача за умови дозволу деканату (надаються документи чи інші матеріали, які підтверджують заявлену участь у діяльності здобувача). Задля зручності, дозволяється використання ноутбуків та інших електронних пристроїв під час навчання в аудиторіях (за взаємною згодою всіх учасників освітнього процесу).

Політика щодо дедлайнів. Індивідуальні та самостійні роботи здобувачі повинні здавати вчасно, відповідно до плану заняття. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, участь у конференціях, тривога, відсутність світла тощо) термін зарахування навчальних завдань може бути подовжений за погодженням із викладачем курсу. Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, зараховуються зі зниженням оцінки.

Правила поведінки під час занять. обов'язковим є дотримання техніки безпеки. Відпрацювання лекційного матеріалу передбачає вивчення самостійно пропущеного теоретичного матеріалу та складання тесту за цим матеріалом.

Політика щодо комунікації із викладачем. У разі виникнення певних труднощів при вивченні дисципліни здобувач освіти може звертатися до викладача у години консультацій за додатковими роз'ясненнями.

6. Література необхідна для вивчення навчальної дисципліни

Законодавчо-нормативні документи

1. Конституція України: Закон України від 28 червня 1996 р. № 254к/96. URL : <http://www.zakon.rada.gov.ua>
2. Про Національну стратегію сприяння розвитку громадянського суспільства в Україні на 2021-2026 рр. : Указ Президента України від 27 вересня 2021 року № 487/2021. URL : <http://zakon1.rada.gov.ua>
3. Постанова Кабінету Міністрів України від 3 листопада 2010 р. № 996 «Про забезпечення участі громадськості у формуванні та реалізації державної політики». URL : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/996-2010>
4. Про схвалення Концепції розвитку електронного урядування в Україні до кінця 2024 : розпорядження Кабінету Міністрів України від 20.09.2017 № 649-р. URL : <http://www.kmu.gov.ua/control>
5. Про затвердження Порядку формування та виконання регіональної програми і проекту інформатизації (зі змінами та доповненнями) : Постанова Кабінету Міністрів України від 12 квітня 2000 р. № 644. URL : <http://www.kmu.gov.ua/control>.
6. Про службу в органах місцевого самоврядування: Закон України від 18.07.2023 № 2493-III. URL: <http://zakon1.rada.gov.ua>
7. Про Національне антикорупційне бюро України : Закон України. 2014. № 47. ст.2051. URL : <http://zakon1.rada.gov.ua>
8. Про засади державної антикорупційної політики в Україні (Антикорупційна стратегія) на 2021-2025 рр. : Закон України від 20.06.2022, № 2322-IX). URL : <http://zakon1.rada.gov.ua>
9. Про схвалення Концепції проекту Закону України «Про основні засади державної комунікативної політики»: розпорядження Кабінету Міністрів України, 13 січ. 2010 р. № 85. URL : <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=85-2010-%F0>
10. Про стратегію сталого розвитку України до 2030 року : проект Закону України від 28.02.2019 р. № 9015. URL : <https://ips.ligazakon.net/document/view/XH6YF00A>
11. Про публічні закупівлі : Закон України від 25 груд. 2015 р. № 922-VIII. *Відомості Верховної Ради України*. 2016. № 9. Ст. 89.
12. Про затвердження Національної економічної стратегії на період до 2030 р.: Постанова Кабінету Міністрів України від 03.03.2021 р. № 179. URL : <https://www.kmu.gov.ua/npas/pro-zatverdzhennya-nacionalnoyi-eko-a179>

13. Про інформацію : Закон України від 02.10.1992 р. № 2657-XII URL : <http://zakon1.rada.gov.ua>
14. Про доступ до публічної інформації: закон України від 13.01.2011 р. № 2939-VI. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/go/2939-17>
15. Про адміністративні послуги : Закон України від 06.09.2012 № 5203-VI. URL : <http://zakon1.rada.gov.ua>
16. Про запобігання корупції : Закон України від 28.12.2014. № 49. ст. 2056. URL : <http://zakon.rada.gov.ua/laws>

Основна література

1. Бакуменко В.Д., Руденко О.М. Підходи та моделі креативного державного управління : монографія. Київ : АМУ, 2022. 228 с.
2. Бойко М. Г. Організаційно-економічний механізм формування національного бренду. URL : http://www.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/tppe/2010_21/Zb21_40.pdf
3. Брендінг і маркетинг територій – У чому секрет найбільш успішних міст в Україні. Федерація канадських муніципалітетів. Проект міжнародної технічної допомоги. «Партнерство для розвитку міст». URL : http://pleddg.org.ua/wp-content/uploads/2019/09/Case_Study_PLEDDG_Regional_BrandingMarketing.pdf.
4. Губачов В. П., Жук Ю. О. Методи, інструменти створення та просування бренду територій. URL : http://www.confcontact.com/20110531/ek8_gubachov.htm.
5. Захаріна О. В., Соколовський П. О. Державний брендінг у забезпеченні національних інтересів: дефініції та суспільна необхідність. *Інвестиції: практика та досвід*. 2023. № 23. URL : <https://nayka.com.ua/index.php/investplan/article/view/2607/2643>
6. Захаріна О. В. Брендінг в управлінні економікою публічного сектору. Економіка публічного сектору : навч. посіб. / за ред. : В. П. Якобчук. Київ : Видавництво Ліра-К, 2021. С. 448.459.
7. Захаріна О. В. Політичне брендування еліт в публічній службі: репутація та моральна культура. Публічна служба : навч. посіб. / за ред. В. П. Якобчук. Київ : Видавництво Ліра-К, 2021. С. 313-363.
8. Малинка О. Я., Устенко А. О. Управління брендом в системі маркетингу : підручник. Івано-Франківськ : Фоліант, 2024. 308 с.
9. Смерічевський С. Ф., Петропавловська С. Є., Радченко О. А. Бренд-менеджмент: навчальний посібник. К. : НАУ, 2022. 156 с.
10. Студинська Г. Я. Бренд у національній економіці України : монографія. Київ : ДНДПМЕ, 2022. 375 с.

Додаткова література

1. Бейлі С., Мілліган Е. Міфи про бренди; пер. з англ. Я.Машико. Харків : Вид-во «Ранок» : Фабула, 2020. 256 с.
2. Григорчук Т.В. Брендінг: навчальний посібник для дистанційного навчання [Електронний ресурс]. URL : https://sites.google.com/site/brendingsoccult/branding_in_business_activities
3. Данкевич В. Є., Захаріна О. В., Походенко В. М. Генезис ідеї брендінгу як інструменту публічного управління. *Державне управління: удосконалення та розвиток*. 2021. № 2. URL : <http://www.dy.nayka.com.ua/?op=1&z=1973.2>
4. Дослідження сприйняття України. Бренд «Україна». (позиціонування української держави за кордоном) [Електронний ресурс]. URL : <http://brandukraine.org/k>
5. Економіка публічного сектору : навч. посіб. / за заг. ред. В. П. Якобчук. Київ : Видавництво Ліра-К, 2021. 496 с.
6. Захарін В. В., Захаріна О. В., Пазюк А. С. Механізми забезпечення відкритості та прозорості органів публічної влади. *Державне управління: удосконалення та розвиток*. 2023. № 1. URL : <https://www.nayka.com.ua/index.php/dy/article/view/998/1007>

7. Крайнюченко О. Ф., Габор О. О. Етапи процесу створення та розвитку бренда: формування ДНК бренда. [Електронний ресурс]. URL : <http://dspace.nuft.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/15238/1>
8. Крилов А. В. Бренд і суспільство – поділ цінностей. Енциклопедія маркетингу [Електронний ресурс]. URL : http://www.marketing.spb.ru/libcomm/brand/brand_differ.htm
9. Максак Г. Просування іміджу України за кордоном. Портал зовнішньої політики. URL : <http://fpp.com.ua/topic/prosuvannya-imidzhu-ukrayinyza-kordonom/>
10. Ніколайчук О. Політика туристичного брендингу для просування національного туристичного продукту: досвід країн центрально-східної Європи. *Галицький економічний вісник*. 2020. № 2 (63). С. 64-77. URL : <https://galicianvisnyk.tntu.edu.ua/pdf/63/809.pdf>
11. Прает Д. Несвідомий брендинг: як нейробиологія може посилити та надихнути маркетинг. Харків : Фабула, 2020. 304 с.
12. Роулс Д. Цифровий брендинг. Харків : Фабула, 2020. 256 с.
13. Саленбахер Ю. Креативний особистий брендинг [пер. з англ. В. Стельмах]. Харків : Фабула, 2021. 240 с.
14. Шкарлет С. М. Теоретико-методологічні основи державного управління : навч. посіб. К. : НАДУ, 2021. 248 с.
15. Що для Вас Україна і хто такі українці? Проведення соціологічних досліджень з метою визначення бачення іміджу України з боку вітчизняних громадян та сприйняття нашої держави іноземцями, що перебувають в Україні [Електронний ресурс]. URL : <http://brandukrainepoll.com/results>

Інформаційні ресурси в Інтернеті

1. Інформаційно-аналітична система «Прозорий бюджет». URL : <https://edata.gov.ua>
2. Кабінет Міністрів України. URL : <http://www.kmu.gov.ua>
3. Ліга Закон. Головний правовий портал України. URL : <http://search.ligazakon.ua/>
4. Офіційний портал Верховної Ради України. URL : <http://zakon1.rada.gov.ua>
5. Офіційний сайт Міністерства цифрової трансформації України. URL : <https://thedigital.gov.ua>
6. План заходів з реалізації Концепції популяризації України у світі та просування інтересів України у світовому інформаційному просторі: Розпорядження Кабінету Міністрів України від 07.06.2017 р. № 383-р. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/383-2017-%D1%80#Text>.
7. Портал електронної демократії. URL : <https://e-dem.ua>
8. Портал: «Децентралізація». URL : <https://decentralization.gov.ua/>
9. [Українська асоціація районних та обласних рад](http://uaror.org.ua). URL : <http://uaror.org.ua>
10. Урядовий веб-сайт Громадянське суспільство і влада. URL : <http://civic.kmu.gov.ua/consult MVC kmu/news/article/show/>
11. Урядовий портал. URL : <http://www.kmu.gov.ua>

Викладач

О. В. Захаріна

Завідувач кафедри

В. П. Якобчук

