

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ (Ф.02-110)  
Національний авіаційний університет  
Факультет архітектури, будівництва та дизайну  
Кафедра дизайну інтер'єру



УЗГОДЖЕНО  
Дека́н ФАБД

В. Карпов  
« 23 » 09 2021 р.

ЗАТВЕРДЖЕНО  
Проректор з навчальної роботи

А. Полухін  
« 26 » 09 2021 р.



Система менеджменту якості

**РОБОЧА ПРОГРАМА**  
**навчальної дисципліни**  
**«Брендинг та ребрендинг»**

Освітньо-професійна програма: «Дизайн»  
Галузь знань: 02 «Культура і мистецтво»  
Спеціальність: 022 «Дизайн»

Форма навчання	Сем.	Усього (год. / кредитів ECTS)	ЛКЦ	ПР.З	Л.З	СРС	ДЗ / РГР / К.р	КР / КП	Форма сем. контролю
Денна	2	120 / 4	18		18	84			Диф. залік 2 с.
Заочна	2	120 / 4	6		6	108	К.р. 2 с.		Диф. залік 2 с.

Індекс: НМ-5-022/21-3.4

Індекс: НМ-5-022з/21-3.4



Система менеджменту якості.  
Робоча програма  
навчальної дисципліни  
«Брендинг та ребрендинг»


Шифр  
документа

СМЯ НАУ  
РП 10.01.05-01-2021

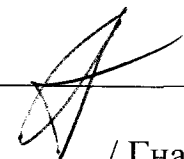
Стор. 2 із 15

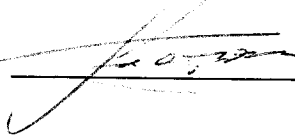
Робочу програму навчальної дисципліни «Брендинг та ребрендинг» розроблено на основі освітньої-професійної програми «Дизайн», навчальних планів та робочих навчальних планів № РМ-5-022/21 та № РМ-5-022з/21, № НМ-5-022/21 та № НМ-5-022з/21 підготовки здобувачів вищої освіти освітнього ступеня «Магістр» за спеціальністю 022 «Дизайн» та відповідних нормативних документів.

Робочу програму розробила:

Кандидат мистецтвознавства,  
доцент кафедри дизайну інтер'єрів  К.Б. Рожак-Литвиненко

Робочу програму обговорено та схвалено на засіданні випускової кафедри освітньо-професійної програми «Дизайн», спеціальності 022 «Дизайн» – кафедри дизайну інтер'єру, протокол № 15 від «23» листопада 2021 р.

Гарант освітньо-професійної програми  / Колосова Н.А./

Завідувач кафедри  / Гнатюк Л.Р./


Робочу програму обговорено та схвалено на засіданні науково-методично-редакційної ради факультету архітектури, будівництва та дизайну, протокол № 9 від «30» листопада 2021 р.

Голова НМРР  / Талавіра Г.М. /

Рівень документа – 3б


Плановий термін між ревізіями – 1 рік

**Контрольний примірник**

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Брендинг та ребрендинг»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 10.01.05-01-2021
		Стор. 3 із 15	

## ЗМІСТ

<b>Вступ</b> .....	<b>4</b>
<b>1. Пояснювальна записка</b> .....	<b>4</b>
1.1. Місце, мета, завдання навчальної дисципліни .....	4
1.2. Результати навчання, які дає можливість досягти навчальна дисципліна .....	5
1.3. Компетентності, які дає можливість здобути навчальна дисципліна .....	5
1.4. Міждисциплінарні зв'язки .....	6
<b>2. Програма навчальної дисципліни</b> .....	<b>6</b>
2.1. Зміст навчальної дисципліни.....	6
2.2. Модульне структурування та інтегровані вимоги до кожного модуля.....	6
2.3. Тематичний план.....	8
2.4. Завдання на контрольну (домашню) роботу (ЗФН)	
2.5. Перелік питань для підготовки до підсумкової контрольної роботи (ЗФН).....	9
<b>3. Навчально-методичні матеріали з дисципліни</b> .....	<b>10</b>
3.1. Методи навчання .....	10
3.2. Рекомендована література (базова і допоміжна) .....	10
3.3 Інформаційні ресурси в Інтернеті.....	11
<b>4. Рейтингова система оцінювання набутих студентом знань та вмінь</b> .....	<b>11</b>

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Брендинг та ребрендинг»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 10.01.05-01-2021
		Стор. 4 із 15	

## ВСТУП

Робоча програма (РП) навчальної дисципліни «Брендинг та ребрендинг» розроблена на основі «Методичних рекомендацій до розроблення і оформлення робочої програми навчальної дисципліни денної та заочної форм навчання», затверджених наказом ректора від 29.04.2021 № 249/од, та відповідних нормативних документів.

### 1. ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

#### 1.1. Місце, мета, завдання

*Місце* навчальної дисципліни в системі професійних знань визначається знанням та вмінням передавати художніми прийомами образи об'єктів дизайну, їх об'ємно-просторові та планувально-функціональні розробки, можливістю ведення конструкторської та проектної діяльності на основі отриманих теоретичних знань із спеціальних та додаткових дисциплін.


Дисципліна «Брендинг та ребрендинг» є фундаментальною для набуття професійних знань та компетентностей, необхідних для вирішення завдань, пов'язаних із практичною діяльністю дизайнера на ринку праці. Актуальність дисципліни визначена необхідністю використання наукової інформації та базових знань з розробки брендингу задля формування у студентів мистецької ерудиції, необхідної для самостійної роботи фахівця-дизайнера.

*Метою навчальної дисципліни є:* ознайомлення з основними інструментами та заходами, спрямованими на розробку візуальної ідентичності бренду, що є одним із найактуальніших завдань діяльності дизайнера в умовах сучасного ринкового середовища.

Вивчення дисципліни «Брендинг та ребрендинг» має відігравати важливу роль у формуванні світоглядних позицій майбутнього спеціаліста, в його інтелектуальному та культурному зростанні, створенні передумов професійної підготовки.

*Завданнями навчальної дисципліни є:*

- набуття студентами базових знань щодо процесів брендингу та ребрендингу;
- набуття студентами вмінь та практичних навичок щодо створення стратегії діяльності брендів та розробки їх візуальних ідентичностей;
- ознайомлення студентів з особливостями розробки та впровадження успішних брендингових кампаній;

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Брендинг та ребрендинг»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 10.01.05-01-2021
		Стор. 5 із 15	

- формування досвіду дизайнерської діяльності студента, його дослідницької, художньої та підприємницької активності.

### **1.2. Результати навчання, які дає можливість досягти навчальна дисципліна.**

В результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен набути такі **програмні результати навчання**:

- **ПРН 3.** Збирати та аналізувати інформацію для обґрунтування дизайнерського проекту, застосовувати теорію і методику дизайну, фахову термінологію за професійним спрямуванням, основи наукових досліджень.

- **ПРН 5.** Розуміти і сумлінно виконувати свою частину роботи в команді; визначати пріоритети професійної діяльності.

- **ПРН 6.** Усвідомлювати відповідальність за якість виконуваних робіт, забезпечувати виконання завдання на високому професійному рівні.

- **ПРН 13.** Знати надбання національної та всесвітньої культурно-мистецької спадщини, розвивати екокультуру засобами дизайну;

- **ПРН 14.** Використовувати у професійній діяльності прояви української ментальності, історичної пам'яті, національної самоідентифікації та творчого самовираження; застосовувати історичний творчий досвід, а також успішні українські та зарубіжні художні практики;

- **ПРН 19.** Розробляти та представляти результати роботи у професійному середовищі, розуміти етапи досягнення успіху в професійній кар'єрі, враховувати сучасні тенденції ринку праці, проводити дослідження ринку, обирати відповідну бізнес-модель і розробляти бізнес-план професійної діяльності у сфері дизайну.

### **1.3. Компетентності, які дає можливість здобути навчальна дисципліна.**

В результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен набути такі загальні та фахові **компетентності**:

- **ІК :** Здатність розв'язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у галузі дизайну, або у процесі навчання, що передбачає застосування певних теорій і методів дизайну та характеризується комплексністю та невизначеністю умов.


- **ЗК 1.** Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.

- **ЗК 4.** Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.

- **ЗК 5.** Здатність працювати в команді.

- **ЗК 9.** Здатність зберігати та примножувати культурно-мистецькі, екологічні, моральні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій;

- **ЗК 11.** Здатність вчитися й оволодівати сучасними знаннями, розуміти

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Брендинг та ребрендинг»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 10.01.05-01-2021
		Стор. 6 із 15	

предметну галузь та сфери професійної діяльності, застосовувати набуті знання у практичних ситуаціях.

- **ФК 10.** Здатність застосовувати знання прикладних наук у професійній діяльності (за спеціалізаціями).
- **ФК 11.** Здатність досягати успіху в професійній кар'єрі, розробляти та представляти візуальні презентації, портфоліо власних творів, володіти підприємницькими навичками для провадження дизайн-діяльності.

#### 1.4. Міждисциплінарні зв'язки:

Дана дисципліна базується на знанні дисциплін «Особистий бренд дизайнера» та «Основи брендингу» та відіграє важливу роль у виконанні Кваліфікаційної роботи освітнього ступеня «Магістр».

## 2. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ.

### 2.1. Зміст навчальної дисципліни

Навчальний матеріал дисципліни складається з одного навчального модуля, засвоєння якого передбачає проведення модульної контрольної роботи та аналіз результатів її виконання.


Важливою складовою закріплення та поглиблення теоретичних та практичних знань і вмінь, набутих студентом у процесі засвоєння **навчального матеріалу дисципліни**, є виконання практичних завдань, спрямованих на розробку стратегії діяльності бренду, а також реалізацію процесів брендингу та ребрендингу.

**2.2. Модульне структурування та інтегровані вимоги до кожного модуля:**

### МОДУЛЬ №1. БРЕНДИНГ ТА РЕБРЕНДИНГ

**Інтегровані вимоги модуля №1. У результаті засвоєння навчального матеріалу модуля № 1 студент повинен *ЗНАТИ*:**

- Поняття, необхідні для здійснення процесів брендингу та ребрендингу: «бренд», «позиціонування бренду», «брендинг», «ребрендинг», «ідентичність бренду», «неймінг», «логотип»;
- існуючі підходи до формування стратегій брендингу та ребрендингу;
- інструменти та методи вивчення цільової аудиторії та місця бренду на ринку;
- принципи формування елементів ідентичності бренду;

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Брендинг та ребрендинг»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 10.01.05-01-2021
		Стор. 7 із 15	

- приклади успішно розроблених та впроваджених стратегій брендингу та ребрендингу.

### ***ВМІТИ:***

- проводити дослідження, пов'язані з вивченням позиціонування бренду, клієнтської аудиторії, конкурентного середовища;
- визначати ідеали та ціннісні характеристики бренду, спираючись на результати досліджень;
- розробляти неймінг, символіку, логотип бренду, враховуючи результати досліджень;
- розробляти рекламно-інформаційні матеріали та представницьку документацію;
- використовувати набуті знання та навички у практичній та проектній роботі.


**Тема 1.1. Процес створення і просування бренду.** Принципи проведення дослідницької роботи щодо вибору ніші і позиціонування бренду. Вправи на конкретизацію ніші. Ознаки правильно обраного позиціонування. Методи та інструменти вивчення цільової аудиторії, пошуки зв'язків із клієнтами. Клієнтська база. Алгоритм дій на етапі збору інформації.

**Тема 1.2. Проведення досліджень та вивчення потреб клієнтів.** Завдання і методи дослідження потреб клієнтів. Пошук елементів унікальності бренду. Уточнення позиціонування на основі аналізу інформації про клієнтів. Визначення ідеалів бренду: далекоглядність, цілісність, довговічність, значення, відмінність, відданість, автентичність, гнучкість, цінність.

**Тема 1.3. Розробка стратегії бренду та концепція її впровадження.** Визначення основних якостей та особливостей бренду. Розробка ключових меседжів стратегії бренду. Формування проекту розвитку бренду. Опрацювання концепції рекламної кампанії.

**Тема 1.4. Формування ідентичності бренду. Візуальна стратегія.** Назва, символіка, логотип як основні елементи візуальної ідентичності бренду. Підходи до неймінгу. Види символіки та особливості її застосування: словесна, буквенна, піктографічна, абстрактна, емблеми. Формування та презентація візуальної стратегії. Організація процесу дизайну. Інтелектуальна власність: процес вибору і реєстрації товарного знака. Стили оформлення, підходи до вибору кольорів та шрифтів.

**Тема 1.5. Створення точок взаємодії бренду та клієнтів.** Розробка стилю оформлення бренду. Визначення пріоритетів та розробка дизайну у сфері

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Брендинг та ребрендинг»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 10.01.05-01-2021
		Стор. 8 із 15	

практичного застосування. Основні точки взаємодії бренду з клієнтами: вебсайт, рекламно-інформаційні матеріали, представницька документація, вказівники, упаковка, реклама, облаштування простору, транспортні засоби, уніформа, сувенірна продукція. Особливості брендингу.

**Тема 1.6. Оцінка ефективності бренд-стратегії.** Кількісні та якісні показники ефективного брендингу. Імідж бренду. Підтверджуючі докази успішного брендингу. Моніторинг результатів проведеної роботи.


**Тема 1.7. Ребрендинг – зміна позиціонування, концепції та візуальної ідентичності бренду.** Оцінка доцільності процесу ребрендингу. Цілі ребрендингу. Методи роботи над зміною візуальної ідентичності. Критерії оцінки результатів ребрендингу.

**Тема 1.8. Стратегії ефективного просування брендів.** Розробка стандартів та інструкцій в процесах просування бренду. Масштабування бренду та робота в команді. Життєвий цикл продукту. Що врахувати при виведенні продукту на ринок. Приклади успішного впровадження процесів брендингу та ребрендингу.

### 2.3. Тематичний план навчальної дисципліни


№ п/п	Назва теми	Обсяг навчальних занять (год.)							
		Денна форма навчання				Заочна форма навчання			
		Усього	Лекції	Лабораторні/практичні заняття	СРС	Усього	Лекції	Лабораторні/практичні заняття	СРС
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
2 семестр						2 семестр ЗФН			
<b>Модуль №1. Брендинг та ребрендинг</b>									
1.1	Процес створення та просування бренду	12	2	2	8	14	2	-	12
1.2	Проведення досліджень та вивчення потреб клієнтів	12	2	2	8	14	-	2	12
1.3	Розробка стратегії бренду та концепція її впровадження	12	2	2	8	12	-	-	12
1.4	Формування ідентичності бренду. Візуальна стратегія	12 12	2 2	2 2	8 8	18	-	2	16
1.5	Створення точок взаємодії бренду та клієнтів	12	2	2	8	14	2	-	12



	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Брендинг та ребрендинг»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 10.01.05-01-2021
		Стор. 9 із 15	

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<b>2 семестр</b>						<b>2 семестр ЗФН</b>			
1.6	Оцінка ефективності бренд-стратегії	12	2	2	8	12	-	-	12
1.7	Ребрендинг – зміна позиціонування, концепції та візуальної ідентичності бренду	12	2	2	8	14	-	2	12
1.8	Стратегії ефективного просування брендів	10	2	-	8	10	-	-	10
1.9	<i>Модульна контрольна робота №1</i>	14	-	2	12	-	-	-	-
1.10	<i>Виконання контрольної (домашньої) роботи</i>	-	-	-	-	8	-	-	8
1.11	<i>Підсумкова семестрова контрольна робота (ЗФН)</i>	-	-	-	-	4	2	-	2
<i>Усього за модулем №1</i>		<b>120</b>	<b>18</b>	<b>18</b>	<b>84</b>	<b>120</b>	<b>6</b>	<b>6</b>	<b>108</b>
<i>Усього за 2 семестр</i>		<b>120</b>	<b>18</b>	<b>18</b>	<b>84</b>	<b>120</b>	<b>6</b>	<b>6</b>	<b>108</b>
<i>Усього за дисципліною</i>		<b>120</b>	<b>18</b>	<b>18</b>	<b>84</b>	<b>120</b>	<b>6</b>	<b>6</b>	<b>108</b>

**2.4. Завдання на контрольну (домашню) роботу для студентів ЗФН.** Завдання для виконання розробляються автором робочої програми. Навчальні матеріали затверджуються протоколом засідання випускової кафедри, доводяться до відома студента індивідуально і виконуються відповідно до методичних рекомендацій. Наприклад, номер варіанту теоретичної частини та завдання дорівнює сумі трьох останніх цифр індивідуального навчального плану студента.

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Брендинг та ребрендинг»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 10.01.05-01-2021
		Стор. 10 із 15	

### 3.4. НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНІ МАТЕРІАЛИ З ДИСЦИПЛІНИ

#### 3.1. Методи навчання

При вивченні навчальної дисципліни використовуються наступні методи навчання:

- пояснювально-ілюстративний метод;
- метод проблемного викладу;
- проєктний метод;
- дослідницький метод.

Дані методи реалізуються у наступних видах навчання: лекції, лабораторні та самостійна робота.

Реалізація цих методів здійснюється при проведенні лекційних та лабораторних занять, демонстрацій, самостійному вирішенні задач, роботі з навчальною літературою, аналізі та вирішенні задач із самостійного вирішення практичних завдань.

#### 3.2. Рекомендована література

##### Базова література

1. 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.
2. Вілер А. Ідентичність бренду. Базові рекомендації щодо створення фірмового стилю / Аліна Вілер; Пер. з англ. О. Лобастової. – К.: Вид. Група КМ-БУКС, 2021. – 336 с.
3. Остервальдер О. та ін. Розробляємо ціннісні пропозиції. Як створити продукти та послуги, яких хочуть клієнти / Олександр Остервальдер, Ів Піньє, Грег Бернарда, Алан Смит. – К.: Наш формат, 2018. – 324 с.

##### Допоміжна література:

1. Білявський В.М., Догузів Р.Д. Вплив бренду на попит та поведінку споживачів // Соціально-компетентне управління корпораціями в умовах поведінкової економіки : міжнар. наук.-практ. конф., м. Луцьк, 18 лютого 2021 р. Луцьк : Волинський національний університет ім. Л. Українки, 2021. С. 26–28.
2. Товарний знак - твір сучасного графічного мистецтва /Кравченко О.В.//Матеріали VII міжнар. наук.-техн. конф. "АВІА-2006", 25-27 вересня 2006 року. – Київ, 2006. – Т. 2. – С. 43.23-43.29

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Брендинг та ребрендинг»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 10.01.05-01-2021
		Стор. 11 із 15	

### 3.3. Інформаційні ресурси в Інтернеті

<https://bazilik.media/>

<https://artjoker.ua/>

<https://skvot.io/>

## 4. РЕЙТИНГОВА СИСТЕМА ОЦІНЮВАННЯ НАБУТИХ СТУДЕНТОМ ЗНАТЬ ТА ВМІНЬ

4.1. Оцінювання окремих видів виконаної студентом навчальної роботи здійснюється в балах відповідно до табл. 4.1.


Таблиця 4.1.

Вид навчальної роботи	Мах кількість балів	
	Денна форма навчання	Заочна форма навчання
<b>Модуль № 1 «Брендинг та ребрендинг»</b>		
Вид навчальної роботи	бали	бали
Виконання практичних завдань	8x10=80	4x10=40
<i>Для допуску до виконання модульної контрольної роботи студент має набрати не менше</i>	48 балів	–
<b>Виконання модульної контрольної роботи №1</b>	<b>20</b>	–
<b>Виконання контрольної (домашньої) роботи</b>	-	<b>30</b>
<b>Підсумкова семестрова контрольна робота (ЗФН)</b>		<b>30</b>
<b>Усього за модулем №1</b>	<b>100</b>	–
<b>Усього за дисципліною</b>	<b>100</b>	<b>100</b>


4.2. Виконані види навчальної роботи зараховуються студенту, якщо він отримав за них позитивну рейтингову оцінку (Додаток 3).

4.3. Сума рейтингових оцінок, отриманих студентом за окремі види виконаної навчальної роботи, у балах становить підсумкову семестрову рейтингову оцінку, яка перераховується в оцінки за національною шкалою та шкалою ECTS (Додаток 4).

4.4. Підсумкова семестрова рейтингова оцінка в балах, за національною шкалою та шкалою ECTS заноситься до заліково-екзаменаційної відомості, навчальної картки та залікової книжки студента, наприклад, так: **92/Відм./А, 87/Добре/В, 79/Добре/С, 68/Задов./D, 65/Задов./Е** тощо.

	<p>Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Брендинг та ребрендинг»</p>	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 10.01.05-01-2021
		Стор. 12 із 15	

4.5. Підсумкова рейтингова оцінка з дисципліни дорівнює підсумковій семестровій рейтинговій оцінці. Зазначена підсумкова рейтингова оцінка з дисципліни заноситься до Додатку до диплома.

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Брендинг та ребрендинг»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 10.01.05-01-2021
		Стор. 13 із 15	

(Ф 03.02 – 01)

**АРКУШ ПОШИРЕННЯ ДОКУМЕНТА**

№ прим.	Куди передано (підрозділ)	Дата видачі	П.І.Б. отримувача	Підпис отримувача	Примітки
1	ОЗСЗ	26.09.22	Редюк Л.А.	<i>[Signature]</i>	

(Ф 03.02 – 02)

**АРКУШ ОЗНАЙОМЛЕННЯ З ДОКУМЕНТОМ**

№ пор.	Прізвище ім'я по-батькові	Підпис ознайомленої особи	Дата ознайомлення	Примітки

(Ф 03.02 – 04)

**АРКУШ РЕЄСТРАЦІЇ РЕВІЗІЇ**

№ пор.	Прізвище ім'я по-батькові	Дата ревізії	Підпис	Висновок щодо адекватності
	Тришук С.П.	22.08.22	<i>[Signature]</i>	адекватна

(Ф 03.02 – 03)

**АРКУШ ОБЛІКУ ЗМІН**

№ змін	№ листа (сторінки)				Підпис особи, яка внесла зміну	Дата внесення зміни	Дата введення зміни
	Зміненого	Заміненого	Нового	Анульованого			

(Ф 03.02 – 32)

**УЗГОДЖЕННЯ ЗМІН**

	Підпис	Ініціали, прізвище	Посада	Дата
Розробник				
Узгоджено				
Узгоджено				
Узгоджено				



Додаток 3

**Відповідність оцінок у балах оцінкам за національною шкалою  
(рекомендовані значення)**

Оцінка у балах												Оцінка за національною шкалою
3	4	5	6	7	8	9	10	11	13	14	15	
3	4	5	6	7	8	9	9-10	10-11	12-13	13-14	14-15	Відмінно
2,5	3	4	5	6	6-7	7-8	8	9	10-11	11-12	12-13	Добре
2	2,5	3	4	4-5	5	6	6-7	7-8	8-9	9-10	9-11	Задовільно

Оцінка у балах												Оцінка за національною шкалою
16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	
15-16	16-17	17-18	17-19	18-20	19-21	20-22	21-23	22-24	23-25	24-26	25-27	Відмінно
12-14	13-15	14-16	15-16	15-17	16-18	17-19	18-20	18-21	19-22	20-23	20-24	Добре
10-11	10-12	11-13	12-14	12-14	13-15	13-16	14-17	15-17	15-18	16-19	16-19	Задовільно


Оцінка у балах												Оцінка за національною шкалою
28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	
26-28	26-29	27-30	28-31	29-32	30-33	31-34	32-35	33-36	34-37	34-38	35-39	Відмінно
21-25	22-25	23-26	23-27	24-28	25-29	26-30	27-31	27-32	28-33	29-33	29-34	Добре
17-20	18-21	18-22	19-22	19-23	20-24	20-25	21-26	22-26	22-27	23-28	24-28	Задовільно

Оцінка у балах												Оцінка за національною шкалою
40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	
36-40	37-41	38-42	39-43	40-44	41-45	42-46	43-47	43-48	44-49	45-50	46-51	Відмінно
30-35	31-36	32-37	32-38	33-39	34-40	35-41	35-42	36-42	37-43	38-44	38-45	Добре
24-29	25-30	25-31	26-31	27-32	27-33	28-34	28-34	29-35	30-36	30-37	31-37	Задовільно

Оцінка у балах												Оцінка за національною шкалою
52	53	54	55	56	57	58	59	60	61	62	63	
47-52	48-53	49-54	50-55	51-56	51-57	52-58	53-59	54-60	55-61	56-62	57-63	Відмінно
39-46	40-47	41-48	41-49	42-50	43-50	44-51	44-52	45-53	46-54	47-55	47-56	Добре
31-38	32-39	32-40	33-40	34-41	34-42	35-43	36-43	36-44	37-45	37-46	38-46	Задовільно

Оцінка у балах												Оцінка за національною шкалою
64	65	66	67	68	69	70	71	72	73	74	75	
58-64	59-65	60-66	60-67	61-68	62-69	63-70	64-71	65-72	66-73	67-74	68-75	Відмінно
48-57	49-58	50-59	50-59	51-60	52-61	53-62	53-63	54-64	55-65	56-66	56-67	Добре
38-47	39-48	40-49	40-49	41-50	41-51	42-52	43-52	43-53	44-54	44-55	45-55	Задовільно

Оцінка у балах												Оцінка за національною шкалою
76	77	78	79	80	81	82	83	84	85	86	87	
68-76	69-77	70-78	71-79	72-80	73-81	74-82	75-83	76-84	77-85	77-86	78-87	Відмінно
57-67	58-68	59-69	59-70	60-71	61-72	62-73	62-74	63-75	64-76	65-76	65-77	Добре
46-56	46-57	47-58	47-58	48-59	49-60	49-61	50-61	50-62	51-63	52-64	52-64	Задовільно

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Брендинг та ребрендинг»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 10.01.05-01-2021
		Стор. 15 із 15	

Додаток 4

**Відповідність підсумкової семестрової рейтингової оцінки в балах оцінці за національною шкалою та шкалою ECTS**

Оцінка в балах	Оцінка за національною шкалою	Оцінка за шкалою ECTS	
		Оцінка	Пояснення
90-100	Відмінно	A	<b>Відмінно</b> (відмінне виконання лише з незначною кількістю помилок)
82-89	Добре	B	<b>Дуже добре</b> (вище середнього рівня з кількома помилками)
75-81		C	<b>Добре</b> (в загальному вірне виконання з певною кількістю суттєвих помилок)
67-74	Задовільно	D	<b>Задовільно</b> (непогано, але зі значною кількістю недоліків)
60-66		E	<b>Достатньо</b> (виконання задовольняє мінімальним критеріям)
35-59	Незадовільно	FX	<b>Незадовільно</b> (з можливістю повторного складання)
1-34		F	<b>Незадовільно</b> (з обов'язковим повторним курсом)