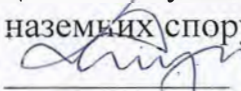


**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**Національний авіаційний університет**  
 Факультет наземних споруд і аеродромів  
 Кафедра комп'ютерних технологій дизайну і графіки

УЗГОДЖЕНО

Декан Факультету

наземних споруд і аеродромів

 Віктор КАРПОВ

« 12 » 06 2023 р.

ЗАТВЕРДЖУЮ

Проректор з навчальної роботи

 \*Анатолі ПОЛУХІН

« 13 » 06 2023 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-5-022/21-3.4Індекс: НМ-5-022з/21-3.4


	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Брендинг та ребрендинг»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 10.01.03-02-2023
		Стор. 2 із 15	

Робочу програму навчальної дисципліни «Брендинг та ребрендинг» розроблено на основі освітньої-професійної програми «Дизайн», навчальних планів та робочих навчальних планів № НМ-5-022/21 та № НМ-5-022з/21, № РМ-5-022/22 та № РМ-5-022з/22 підготовки здобувачів вищої освіти освітнього ступеня «Магістр» за спеціальністю 022 «Дизайн» та відповідних нормативних документів.


Робочу програму розробила:

к. пед. н., доцент кафедри

комп'ютерних технологій дизайну і графіки

  
Олена КАЛІНІЧЕНКО

Робочу програму обговорено та схвалено на засіданні випускової кафедри освітньо-професійної програми «Дизайн», спеціальності 022 «Дизайн» – кафедри комп'ютерних технологій дизайну і графіки: протокол № 5 від «02» 05 2023р.

Гарант освітньо-професійної програми  Вікторія ВАСИЛЕНКО

Завідувач кафедри  Вікторія ВАСИЛЕНКО

Робочу програму обговорено та схвалено на засіданні науково-методично-редакційної ради факультету наземних споруд і аеродромів, протокол № 5 від «10» 05 2023 р.

Голова НМРР




Геннадій ТАЛАВІРА

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 10.01.03-02-2023
		Стор. 3 із 15	

## ЗМІСТ

<b>Вступ</b> .....	4
<b>1. Пояснювальна записка</b> .....	4
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> .....	6
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).....	9
2.5. Перелік питань для підготовки до підсумкової контрольної роботи (ЗФН).....	9
<b>3. Навчально-методичні матеріали з дисципліни</b> .....	10
3.1. Методи навчання .....	10
3.2. Рекомендована література (базова і допоміжна) .....	10
3.3. Інформаційні ресурси в Інтернет.....	11
<b>4. Рейтингова система оцінювання набутих студентом знань та вмінь</b> .....	12

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Брендинг та ребрендинг»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 10.01.03-02-2023
		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;
- формування досвіду дизайнерської діяльності студента, його дослідницької, художньої та підприємницької активності.

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Брендинг та ребрендинг»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 10.01.03-02-2023
		Стор. 5 із 15	

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

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Брендинг та ребрендинг»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 10.01.03-02-2023
		Стор. 6 із 15	

– **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 визчення цільової аудиторії та місця бренду на ринку;
- принципи формування елементів ідентичності бренду;
- приклади успішно розроблених та впроваджених стратегій брендингу та ребрендингу.

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Брендинг та ребрендинг»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 10.01.03-02-2023
		Стор. 7 із 15	

### ***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: слівесна, буквенна, піктографічна, абстрактна, емблеми. Формування та презентація візуальної стратегії. Організація процесу дизайну. Інтелектуальна власність: процес вибору і реєстрації товарного знака. Стилi 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 практичного застосування. Основні точки взаємодії бренду з клієнтами: вебсайт, рекламно-інформаційні матеріали, представницька

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Брендинг та ребрендинг»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 10.01.03-02-2023
		Стор. 8 із 15	

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/практ. заняття	СРС	Усього	Лекції	ні/практ. заняття	СРС	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
<b>2 семестр (2 семестр ЗФН)</b>										
<b>Модуль №1. Брендинг та ребрендинг</b>										
1.1	Процес створення і просування бренду	10	2	2	6	14	2	-	12	
1.2	Проведення досліджень та вивчення потреб клієнтів	10	2	2	6	14	-	2	12	
1.3	Розробка стратегії бренду та концепції її впровадження	12	2	2	8	12	-	-	12	
1.4	Формування ідентичності бренду. Візуальна стратегія	12	2	2	8	14	-	2	12	
1.5	Створення точок взаємодії бренду та клієнтів	12	2	2	8	14	2	-	12	





1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1.6	Оцінка ефективності бренд-стратегії	12	2	2	8	12	-	-	12
1.7	Ребрендинг – зміна позиціонування, концепції та візуальної ідентичності бренду	14	2	2	10	12	-	-	12
1.8	Стратегії ефективного просування брендів	16	2	2 2	10	16	2	-	14
1.9	<i>Модульна контрольна робота №1</i>	7	2	-	5	-	-	-	-
1.10	<i>Виконання контрольної (домашньої) роботи</i>	-	-	-	-	8	-	-	8
1.11	<i>Підсумкова семестрова контрольна робота (ЗФН)</i>	-	-	-	-	4	-	2	2
<b>Усього за модулем №1</b>		<b>120</b>	<b>18</b>	<b>18</b>	<b>84</b>	<b>120</b>	<b>6</b>	<b>6</b>	<b>108</b>
<b>Усього за дисципліною</b>		<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.

**2.5. Перелік питань для підготовки до підсумкової контрольної роботи (у випадку диференційованого заліку ЗФН).**

Перелік питань та зміст завдань для підготовки до підсумкової контрольної роботи, розробляються провідним викладачем кафедри відповідно до робочої програми, затверджується на засіданні кафедри та доноситься до відома студентів.

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Брендинг та ребрендинг»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 10.01.03-02-2023
		Стор. 10 із 15	

### **3. НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНІ МАТЕРІАЛИ З ДИСЦИПЛІНИ**

#### **3.1. Методи навчання**

При вивченні навчальної дисципліни використовуються наступні методи навчання:

- пояснювально-ілюстративний метод;
- метод проблемного викладу;
- проектний 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**

3.2.1. Алексіс Л. Бойлен. Візуальна культура / пер. з англ. Г. Лелів. Київ : ArtHuss, 2021. 208 с.

3.2.2. Вілер Аліна. Ідентичність бренду. Базові рекомендації щодо створення фірмового стилю / пер. з англ. О. Лобастова. Київ : Вид. група КМ-БУКС, 2021. 336 с.

3.2.3. Гевін Емброуз, Ніл Леонард. Графічний дизайн 03: Генерування ідей. Київ : ArtHuss, 2019. 192 с.

3.2.4. Метт Джонсон, Прінс Гуман. Вплив брендів. Таємна сила нейронауки в маркетингу / пер. з англ. О. Бувайло. Харків : Vivat, 2023. 384 с.

3.2.5. П'єр Гіє де Монту. Арт-фірма: естетичне управління та метафізичний маркетинг / пер. з англ. В. Заєць. Київ : ArtHuss, 2020. 384 с.

3.2.6. Тейлор Катя. Мистецтво під ключ. Менеджмент і маркетинг культури. Частина перша. Київ : ArtHuss, 2021. 228 с.


3.2.7. 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.

3.2.8. Карпов В.В., Суротинська Н.І., Nenroart: мистецтво пізнання людини. К.:НАККІМ, 2019.80с.

##### **Допоміжна література:**

3.2.8. Білявський В.М., Догузов 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 2021р. Луцьк : Волинський національний університет ім. Л. Українки, 2021. С. 26–28.

3.2.9. Еймі Сонг. Знайди свій стиль. Як створити персональний бренд в

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Брендинг та ребрендинг»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 10.01.03-02-2023
		Стор. 11 із 15	

Instagram / пер. Савчук Н. Харків : Vivat, 2021. 208с.

3.2.10. Емі Вебб. Велика дев'ятка. Як ІТ-гіганти та їхні розумні машини можуть змінити людство. Харків : Vivat, 2020. 352 с.

3.2.11. Йоганнес Іттен. Наука дизайну та форми. Вступний курс, який я викладав у Баугаузі та інших школах / пер. із нім. С. Святенко. Київ : ArtHuss, 2021. 136 с.

3.2.12. Майкл Джонсон. А тепер спробуйте щось дивніше: як вижити в креативному бізнесі і лишатися невичерпним джерелом ідей / пер. з англ. Ю. Максименко. Київ : ArtHuss, 2020. 256 с.

3.2.13. Майкл Льюрік, Жан-Поль Томмен, Ларрі Лайфер. Дизайн-мисленнєве життя : практ. посібн. / пер. з англ. О. Лісевич. Київ : ArtHuss, 2021. 256 с.

3.2.14. 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.

3.2.15. Шон Адамс. Як дизайн спонукає нас думати, відчувати, діяти / пер. з англ. М. Тимченко. Київ : ArtHuss, 2022. 256 с

### **3.3. Інформаційні ресурси в Інтернеті**


3.3.1. The 13 Principles of Design & How to Apply Them. URL:

<https://paperform.co/blog/principles-of-design/> (дата звернення: 23.08.2022)

3.3.2. <https://bazilik.media/>

3.3.3. <https://artjoker.ua/>

3.3.4. <https://skvot.io/>

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Брендинг та ребрендинг»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 10.01.03-02-2023
		Стор. 12 із 15	

#### 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	Мак кількість балів	
	Денна форма навчання	Засчна форма навчання
<b>Модуль № 1 «Брендинг та ребрендинг»</b>		
Вид навчальної роботи	бали	бали
Виконання лабораторних 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>	20	–
<b>Виконання контрольної (домашньої) роботи</b>	-	30
<b>Підсумкова семестрова контрольна робота (ЗФН)</b>		30
<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 1)  
Залікова рейтингова оцінка визначається ( в балах та за національною шкалою) за результатами виконання всіх видів навчальної роботи протягом семестру.

4.3. Сума рейтингових оцінок, отриманих студентом за окремі види виконаної навчальної роботи, становить поточну модульну рейтингову оцінку, яка заноситься до відомості модульного контролю.

4.4. Сума поточної модульної та контрольної рейтингових оцінок становить підсумкову модульну рейтингову оцінку, яка перераховується в оцінку за національною шкалою та шкалою ECTS. (Додаток 2)


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

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

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Брендинг та ребрендинг»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 10.01.03-02-2023
		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	03.02	13.06.23	Редоренко Г.А.		

(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

(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				