

АНОТАЦІЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «БРЕНД-СТРАТЕГІЯ»

Освітні програми: «Маркетинг»

Цикл: загальної підготовки.

Статус: вибіркова навчальна дисципліна.

Навчальний рік: 2020-2021 н.р., III семестр

БРЕНД-СТРАТЕГІЯ

Мета вивчення дисципліни – формування у студентів системи теоретичних знань та практичних навичок використання компетенцій у формуванні бренд стратегії та управлінні комунікативними зв'язками з аудиторією споживачів.

Завдання дисципліни:

- ознайомлення з теоретичними засадами актуальних концепцій бренду, брендингу та бренд стратегії;
- аналіз позиціонування та системи бренд-стратегії, інтегрованих комунікацій бренд-менеджменту, моделі формування бренд-стратегії та розвитку бренду;
- виявлення особливостей управління брендингом; розгляд організаційно-економічних аспектів брендингу, його марочне бачення;
- розробка стратегії розвитку бренду як рухомої сили стратегії розвитку бізнесу.

У результаті вивчення дисципліни студент повинні **знати:**

- основні поняття та складові бренд-стратегії;
- моделі створення бренду;
- організаційне моделювання в управлінні брендингом;
- комунікаційну концепцію маркетингу;
- стратегії розвитку бренду.

вміти:

- використовувати брендинг в управлінні маркетинговою активністю;
- створювати бренд та оцінювати його потенціал;
- розробляти комунікаційну концепцію маркетингу; організувати роботу з брендингу;
- моделювати в управлінні брендингом; позиціонувати та перепозиціонувати бренди;
- диференціювати брендингові комунікації; розробляти марочні бренд-стратегії та політику.

Зміст дисципліни.

Тема 1. Бренд-стратегія: поняття, зміст.

Тема 2. Класифікація брендів

Тема 3. Позиціонування та бренд-стратегія.

Тема 4. Інтегровані комунікації бренд-стратегії.

Тема 5. Моделі формування та розвитку бренд-стратегії.

Тема 6. Особливості управління бренд-стратегією.

Тема 7. Стратегія розвитку бренду як рухома сила стратегії розвитку бізнесу .

Тема 8. Особливості брендингу у різних сферах

Лектор: к.е.н., доцент кафедри маркетингу та логістики Блюмська –Данько К.В.

Викладач практичних занять: к.е.н., доцент кафедри маркетингу та логістики Блюмська –Данько К.В.

Тривалість: 4 кредити ECTS, 15 тижнів, 4 години на тиждень.

Оцінювання: поточне оцінювання – 2 модульні контролі, підсумковий контроль – залік.