

АНОТАЦІЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ БРЕНДИНГ

Цикл: загальної підготовки для всіх спеціальностей факультету

Статус: вибіркова навчальна дисципліна

Навчальний рік: 2022-2023 н.р., V семестр

Мета вивчення дисципліни – формування системи професійних компетентностей з брендингу, методів його організації для ефективного господарювання підприємств в сучасних умовах.

Завдання дисципліни: формування у здобувачів вищої освіти цілісної системи знань про створення бренду, враховуючи аналіз тенденцій відповідного ринку; використання методів просування продуктових та технологічних інновацій та відповідних їм видів бренду; визначення вартості та ефективності використання бренду; використання інтегрованих маркетингових комунікацій у реальній діяльності підприємства та економіці; забезпечення та підвищення іміджу підприємства; формування інноваційних брендів на основі сучасних моделей та управління їх використанням через бренд-сайти.

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

основні поняття та складові брендингу; моделі створення бренда; 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. Сутність брендингу, бренд та його.

Тема 2. Процес формування та проектування бренду. Класифікація брендів.

Тема 3. Стратегічний бренд-менеджмент.

Тема 4. Комунікації у брендингу.

Тема 5 Капітал бренда, методи його оцінювання, аудит.

Тема 6. Правові аспекти брендингу.

Тема 7. Бренд країни, міста, університету.

Тема 8. Брендинг в сфері політики і культури.

Викладацький склад

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: 5 кредитів ECTS, 15 іжнів, 4 години на тиждень.

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