

АНОТАЦІЯ ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТА БРЕНДИНГ

Цикл: загальної підготовки для спеціальностей факультету

Статус: вибірковий освітній компонент

Курс 3, 5 семестр.

Освітній компонент орієнтований на вивчення методологічних засад брендингу, принципів і технологій формування брендів, основних концепцій управління брендом та особливостей їх практичного застосування

Мета вивчення - формування знань та практичних навичок із створення та управління брендами як нематеріальними активами підприємства.

Вивчення освітнього компонента передбачає формування та розвиток у здобувачів вищої освіти **компетентності** здатності створювати та організовувати ефективні комунікації в процесі управління, формувати та демонструвати лідерські якості та поведінкові навички, коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.

У результаті вивчення освітнього компонента здобувач зможе продемонструвати такі **результати навчання**:

- демонструвати належний рівень знань із найновіших теорій, методів і практичних прийомів брендингу;
- володіти навичками, достатніми для проведення власних досліджень та прийняття рішень у сфері брендингу;
- демонструвати знання наукових засад і розуміння основ підвищення ефективності практичних брендингової діяльності;
- аналізувати бренд та брендинг;
- застосовувати на практиці раціональні стратегії та тактики управління брендом.

ЗМІСТ ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТУ

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.

Тривалість: 5 кредитів ECTS, 15 тижнів, 4 години на тиждень.

Оцінювання: тестування, кейси, практичні завдання (поточне оцінювання), залік (підсумковий контроль)