

## АНОТАЦІЯ ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТА БРЕНДИНГ

**Цикл:** загальної підготовки для всіх спеціальностей факультету галузі знань 07 «Управління і адміністрування»

**Статус:** вибіркового освітнього компонента

**Курс** 3, 5 семестр.

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

Вивчення навчальної дисципліни передбачає формування та розвиток у здобувачів **фахових компетентностей**, передбачених відповідною освітньо-професійною програмою:

- здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу;

- здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу;

- здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в кросфункціональному розрізі;

- здатність до розробки і впровадження сукупності практичних заходів впливу на ринок або пристосування діяльності підприємства до ситуації на ринку.

У результаті вивчення освітнього компонента здобувач повинен бути здатним продемонструвати такі **результати навчання**, передбачених освітньо-професійною програмою:

- аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності;

- використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію;

- застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища;

- відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки;

- вміти формувати положення товарної, цінової, комунікаційної та збутової політики підприємства з використанням інформаційно-комунікаційних фахових технологій; використовувати ІТ – технології при визначенні стратегії розвитку маркетингової діяльності аграрних підприємств.

### 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. Брендінг в сфері політики і культури.

#### **Викладацький склад:**

**Лектор:** д.е.н., професор кафедри маркетингу та логістики Ніфатова О.М.

**Викладач практичних занять:** д.е.н., професор кафедри маркетингу та логістики Ніфатова О.М.

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

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