

АНОТАЦІЯ ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТА БРЕНДИНГ

Цикл: загальної підготовки для всіх спеціальностей факультету галузі знань D Бізнес, адміністрування та право

Статус: вибірковий освітній компонент

Курс 3, 6 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