

Назва дисципліни	Бренд-менеджмент в сучасному бізнесі
Викладач	доцент кафедри менеджменту та економічної безпеки, кандидат економічних наук, доцент Марченко Ольга Михайлівна
Курс та семестр у якому планується вивчення дисципліни	6-й семестр
Освітній ступінь, для якого рекомендується дана дисципліна	бакалавр
Перелік компетентностей та результатів навчання, які дозволяє поглибити дана дисципліна	<i>Набути таких соціальних навичок:</i> – вміння працювати з великими обсягами інформації; – вміння ефективно реалізовувати комунікації; – вміння критично та креативно мислити; – вміння бути тактовним і ввічливим, адекватно реагувати на критику; – вміння ефективно комунікувати усно та онлайн, у тім числі у соціальних мережах. <i>Розширити та поглибити загальні компетентності:</i> – здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях; – знати та розуміти предметну область брендингу та професійну діяльність у цій сфері; – здатність генерувати нові ідеї (креативність); – навички використання інформаційних та комунікаційних технологій; – здатність діяти на основі етичних міркувань (мотивів). <i>Розширити та поглибити спеціальні компетентності:</i> – здатність аналізувати результати діяльності організації, зіставляти їх з факторами впливу зовнішнього та внутрішнього середовища; – здатність планувати діяльність організації та управління часом; – вміння визначати функціональні області організації та зв'язки між ними; – здатність створювати та організовувати ефективні комунікації в процесі управління; – здатність управляти організацією та її підрозділами через реалізацію функцій менеджменту. За результатами вивчення навчальної дисципліни здобувачі повинні <i>знати</i>: – сутність і зміст головних понять брендингу: «товарний знак», «торгова марка», «бренд», «бренд-менеджмент» тощо; – цілі, завдання, функції, принципи, методи бренд-менеджменту; – зміст стратегій позиціонування бренда; – технологію формування бренда та корпоративного бренда; – комунікаційні стратегії в створенні іміджу бренда; – основні характеристики та особливості Інтернету як нового середовища брендингу, стратегії і принципи інтернет-брендингу; – сутність марочного капіталу і методи його оцінки; – методи оцінки ефективності бренд-менеджменту. За результатами навчання, здобутими знаннями і навичками здобувач повинен <i>вміти</i>: – ідентифікувати ідеї, визначати цінності бренда; – досліджувати чинники впливу бренда на різні цільові аудиторії; – розробляти практичну структуру бренда, обґрунтовувати

	позиціювання бренда; –застосовувати комунікаційні технології в створенні іміджу бренда, у тім числі в інтернет-просторі; –оцінювати марочний капітал; –оцінювати ефективність бренд-менеджменту та брендингових стратегій; –виконувати диверсійний аналіз брендів та робити висновок про ступінь захищеності брендів; –систематизувати чинники і умови розвитку брендингу, формування успішних брендів в Україні і за кордоном.
Обсяг дисципліни	4 кредити ECTS (120 годин), з яких 48 години аудиторних занять
Форма контролю	Залік
Інформаційний обсяг	Тема 1. Сутність та значення бренду та бренд-менеджменту в сучасних умовах.
	Тема 2. Основні атрибути бренда та архітектура бренда.
	Тема 3. Розробка та позиціонування бренда.
	Тема 4. Стратегічний бренд-менеджмент та розвиток бренда.
	Тема 5. Комунікації у бренд-менеджменті.
	Тема 6. Інтернет-брендинг та сучасні тенденції в сфері брендингу.
	Тема 7. Марочний капітал та його оцінка.
	Тема 8. Безпека та захист брендів у сучасному бізнесі.
Мова викладання	українська