

**АНОТАЦІЯ**  
**вибіркової дисципліни**  
**«Бренд-менеджмент в сучасному бізнесі»**  
**за ОПП «МЕНЕДЖМЕНТ»**  
**першого (бакалаврського) рівня вищої освіти**

**Метою вивчення навчальної дисципліни** «Бренд-менеджмент в сучасному бізнесі» є формування у здобувачів вищої освіти системи теоретичних знань та практичних вмінь ефективною реалізації функцій та застосування методів бренд-менеджменту з метою розвитку та забезпечення безпеки бізнесу.

**Очікувані результати навчання.** За результатами вивчення навчальної дисципліни здобувачі вищої освіти повинні **знати:**

- сутність і зміст понятійно-категоріального апарату бренд-менеджменту;
- принципи, методи і механізми бренд-менеджменту;
- технологію розробки та позиціонування бренду;
- комунікаційні технології у створенні іміджу бренду;
- методи просування брендів в інтернеті;
- методи оцінювання марочного капіталу;
- методи оцінки ефективності бренд-менеджменту;
- правові основи захисту брендів.

**вміти:**

- демонструвати знання теорій, методів і функцій бренд-менеджменту;
- демонструвати навички виявлення проблем та обґрунтування управлінських рішень у сфері брендингу;
- описувати зміст брендингових стратегій організацій;
- виявляти навички пошуку, збирання та аналізу інформації, розрахунку показників для формування цінностей бренду, обґрунтування управлінських рішень у сфері бренд-менеджменту;
- застосовувати методи менеджменту для забезпечення ефективності управління портфелем брендів;
- демонструвати навички взаємодії, лідерства, командної роботи в процесі розробки бренду;
- демонструвати навички аналізу ситуації та здійснення комунікацій у сфері брендингу;
- демонструвати здатність діяти соціально, відповідально та громадсько свідомо на основі етичних міркувань (мотивів), повагу до різноманітності та між культурності в процес розробки та просування бренду.

**Зміст програмного матеріалу.** Перелік тем:

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.

**Обсяг (у кредитах ЕКТС/годинах)**      3 кредити ECTS (90 годин)

**Форма контролю**      залік

**Кафедра, що забезпечує викладання навчальної дисципліни:** кафедра менеджменту та економічної безпеки.