

АНОТАЦІЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТ»

Мета: вивчення принципів і технологій формування брендів, розуміння ролі і призначення брендів у комерційній та некомерційній діяльності, формування у майбутніх фахівців соціально-відповідальної та професійно-компетентної культури управління активами торгової марки, а також формування системи знань і практичних навичок у студентів, що дозволяють розробити і оцінити ефективність бренду торгової організації.

Основні завдання: здобути концептуальні і методологічні знання про створення сильних брендів; засвоїти навички аналітичної, креативної та інноваційної діяльності при проектуванні, просуванні і капіталізації брендів; дослідити управління брендингом в комерційній та некомерційній сфері; ознайомитися з новими технологіями брендингу та практичної діяльністю бренд-менеджера.

Предмет: вивчення навчальної дисципліни є система знань, пов'язаних із розробкою і оцінкою ефективності бренду організації.

Інформаційний обсяг навчальної дисципліни:

Тема 1. Основні поняття бренд-менеджменту

Тема 2. Історія розвитку та становлення брендингу

Тема 3. Індивідуальність бренду

Тема 4. Позиціонування бренду

Тема 5. Архітектура брендів

Тема 6. Розробка марочної стратегії

Тема 7. Концепції та стратегії управління брендами

Тема 8. Цінність бренду