

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 здобувачів вищої освіти, що дозволяють розробити і оцінити ефективність бренду торгової організації.

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 дисципліни: 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.