

# БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТ



# ***Важливість вивчення***

*Продуманий бренд-менеджмент допомагає сформувати сильну марку і міцні відносини зі споживачем.*

*Бренд-менеджмент - це процес, який намагається встановити контроль над тим, який вплив надає марка і що вона висловлює, і над тим, як це сприймається споживачами.*

# Сфера професійного використання:

*Підприємства, які спрямовані на забезпечення  
прихильності споживачів, стійкості конкурентних  
позицій, стійкого довгострокового попиту на продукцію;  
надання бренду додаткової цінності; формування стійкої  
бази для розширення бренду шляхом диференціації  
продукції; створення можливостей виходу на нові ринки; і,  
в кінцевому результаті, підтримання відповідного рівня  
прибутковості*

# Короткий опис дисципліни

## Основні завдання дисципліни:

*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.*

# **Метою викладання навчальної дисципліни**

## **«Бренд-менеджмент» є:**

*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 маркі, а також формування системи знань і практичних навичок у студентів, що дозволяють розробити і оцінити ефективність бренду торгової організації.*

## **Предметом вивчення навчальної дисципліни**

### **«Бренд-менеджмент» є:**

*система знань, пов'язаних із розробкою і оцінкою ефективності бренду організації*

***Згідно з вимогами освітньо-професійної програми у здобувачів вищої освіти має бути сформовані наступні елементи компетентності:***

***загальні компетентності:***

*здатність до адаптації та дій у новій ситуації;*

*здатність діяти на основі етичних міркувань (мотивів).*

***фахові компетентності:***

*здатність створювати та організовувати ефективні комунікації в процесі управління;*

*здатність застосовувати різні технології створення та управління іміджем організації;*

***Згідно з вимогами освітньо-професійної програми у здобувачів вищої освіти має бути сформовані наступні елементи компетентності:***

***Програмні результати навчання:***

*Демонструвати навички виявлення проблеми та обґрунтування управлінських рішень.*

*Описувати зміст функціональних сфер діяльності організації.*

*Демонструвати навички аналізу ситуації та здійснення комунікації у різних сферах діяльності організації.*

*Демонструвати навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.*

*Формувати позитивний імідж у процесі управлінської діяльності*

# *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*