

БРЕНДИНГ

Заплановані результати навчання:

Мета вивчення навчальної дисципліни: формування системи професійних компетентностей з брендингу, методів його організації для ефективного господарювання підприємств в сучасних умовах.

Основні завдання навчальної дисципліни: розуміння цілісної системи знань про створення бренду, враховуючи аналіз тенденцій відповідного ринку; використання методів просування продуктових та технологічних інновацій та відповідних їм видів бренду; визначення вартості та ефективності використання бренду; використання інтегрованих маркетингових комунікацій у реальній діяльності підприємства та економіці; забезпечення та підвищення іміджу підприємства; формування інноваційних брендів на основі сучасних моделей та управління їх використанням через бренд-сайти.

Компетентності:

загальні:

- Здатність генерувати нові ідеї (креативність).
- Здатність виявляти ініціативу та підприємливість.
- Здатність розробляти проекти та управляти ними.
- Здатність формувати та проявляти лідерські навички, вести ділові переговори, вміння продуктивно використовувати свій час, стресостійкість.

фахові:

- Здатність застосовувати творчий підхід до роботи за фахом.
- Здатність обирати і застосовувати ефективні засоби управління маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта на рівні організації, підрозділу, групи, мережі.
- Здатність здійснювати на належному рівні теоретичні та прикладні дослідження у сфері маркетингу.
- Здатність застосовувати професійні компетентності з брендингу, формування інноваційних брендів на основі сучасних моделей та управління їх використанням через бренд-сайти.

Програмні результати навчання:

1. Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень.

2. Вміти визначати вартість бренду, ефективність його використання, впроваджувати інновації в брендингу, відповідно до змін зовнішнього середовища.

Програма навчальної дисципліни

Тема 1. Сутність брендингу, бренд та його види.

Тема 2. Процес формування та проектування бренда.

Тема 3. Стратегічний бренд-менеджмент.

Тема 4. Комунікації у брендингу.

Тема 5. Капітал бренда, методи його оцінювання, аудит.

Тема 6. Правові аспекти брендингу.

Тема 7. Бренд країни.

Тема 8. Брендинг в сфері політики і культури.

Трудомісткість:

Загальна кількість годин – 135 год.

Кількість кредитів – 4,5.

Форма семестрового контролю – екзамен.