

Навчальна дисципліна
«БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТ»

Освітній ступінь: бакалавр

Семестр: 6

Кафедра: Маркетингу

Форма звітності: залік

Обсяг дисципліни:

Загальна кількість годин – 90 (кредитів ЄКТС – 3);

Аудиторні години – 32 (лекції – 16, практичні – 16)

Лектор: доц. Гнилякевич-Проць І. З.

Мета: Метою вивчення дисципліни «Бренд-менеджмент» є формування знань щодо базових категорій бренд-менеджменту та управління торговою маркою, методологічних аспектів організації бренд-менеджменту на підприємстві в сучасних ринкових умовах.

Зміст дисципліни:

Основними завданнями вивчення дисципліни «Бренд-менеджмент» є ознайомлення студентів з відповідними поняттями, категоріями, системами та алгоритмами бренд-менеджменту та сучасними тенденціями у даній галузі знань; опанування методологічного апарату побудови архітектури і портфеля брендів; планування розвитку торгівельної марки; набуття навиків практичної роботи в напрямку розвитку брендів та напрямків удосконалення управління брендом на підприємстві.

Перелік тем курсу:

Тема 1. Основні поняття бренд – менеджменту.

Тема 2. Історія розвитку і становлення брендингу.

Тема 3. Індивідуальність бренду. Сучасні методи оцінки вартості бренду компанії.

Тема 4. Позиціонування бренду.

Тема 5. Архітектура брендів.

Тема 6. Розробка марочної стратегії.

Тема 8. Цінність бренду.