

Навчальна дисципліна
«ФОРМУВАННЯ ТОВАРНИХ БРЕНДІВ»

Анотація дисципліни

Семестр: 3

Викладач: Захарчин Роман Миронович, доцент, кандидат економічних наук

Кафедра: управління та експертизи товарів

Короткий опис дисципліни:

Про економічний потенціал країни та її конкурентноспроможність на ринку товарів і послуг, про доцільність бізнесового партнерства вже віддавна судять на основі надійності, якості, безпечності її товарної продукції. При цьому беруть до уваги найкращі, найвідоміші, відповідно найдорожчі та найпрестижніші товари, які можна називати одним словом – бренди.

Метою дисципліни є роз'яснення суті, ролі і призначення брендів у підприємницькій діяльності, вивчення принципів і технологій створення брендів, впливу сучасних споживацьких трендів та основних чинників формування брендів, механізми їх просування на ринках, ознайомлення з основами експертного оцінювання їх якості.

На лекціях розглядаються головні підходи в плануванні та моделюванні бренду; можна ознайомитися зі світовим досвідом аналітичної, креативної та інноваційної діяльності як по створенню, так і по управлінню брендом; опрацьовуються чинники формування товарних брендів з акцентом на вітчизняну продукцію та механізми її перетворення у брендову.

Практично-семінарські заняття проходять в інноваційних формах навчання. На цих заняттях практично відпрацьовуються технології розробки бренду, опановуються раціональні стратегії управління брендом; здійснюється аналіз бренду через призму формування лояльності, довіри, національних особливостей, досліджень індивідуальність бренду, його сегментування та позиціонування.

Дисципліна розрахована на широке коло майбутніх фахівців у сфері управління підприємствами, ІТ-сфери, економіки, правознавства, журналістики, менеджменту, маркетингу тощо.

Форма звітності: залік

Мова навчання: українська