

<b>Назва дисципліни</b>	<b>Бренд-менеджмент</b>
<b>Викладач</b>	Задорожна Руслана Павлівна Кандидат економічних наук доцент
<b>Курс та семестр, у якому планується вивчення дисципліни</b>	1 курс, 2 семестр
<b>Факультети, студентам яких пропонується вивчати дисципліну</b>	Економічний
<b>Перелік компетентностей та відповідних результатів навчання, що забезпечує дисципліна</b>	<p>Результатом навчання дисципліни є набуття студентами таких знань і умінь:</p> <p><b>Знання:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- сутності брендингу;</li> <li>- основи правової охорони знаків для товарів та послуг;</li> <li>- особливостей стратегічного бренд-менеджменту;</li> <li>- процесу проектування бренду;</li> <li>- особливостей управління власними торговими марками;</li> <li>- основ територіального та персонального брендингу.</li> </ul> <p><b>Вміння:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- зстосовувати бізнес-комунікації для підтримки взаємодії з представниками різних професійних груп в рамках реалізації брендингових проєктів;</li> <li>- розробляти бренд-стратегії для зміцнення ринкових позицій суб'єктів господарювання у сфері підприємництва, торгівлі та/або біржової діяльності;</li> <li>- оцінювати продукцію, товари, послуги, а також процеси, що відбуваються в підприємницьких, торговельних та/або біржових структурах з точки зору розроблення відповідних товарних, сервісних чи корпоративних брендів, і робити відповідні висновки для прийняття управлінських рішень;</li> <li>- розробляти і приймати рішення зі створення та розвитку брендів, спрямовані на забезпечення ефективності діяльності та підвищення конкурентоспроможності суб'єктів господарювання у сфері підприємницької, торговельної та/або біржової діяльності.</li> </ul>
<b>Опис дисципліни</b>	
<b>Попередні умови, необхідні для вивчення дисципліни</b>	Вибіркова навчальна дисципліна «Тренінг-курс з бренд-менеджменту» базується на знаннях таких дисциплін, як «Маркетинг», «Соціологія», «Основи підприємництва», «Товарознавство», «Торговельне підприємство».
	У свою чергу, знання з даної дисципліни

<p><b>Максимальна кількість студентів, які можуть одночасно навчатися</b></p> <p><b>Теми аудиторних занять</b></p> <p><b>Мова викладання</b></p>	<p>забезпечують виконання кваліфікаційної роботи магістра.</p> <p>15</p> <p><b>Теми лекцій</b>  <i>Змістовий модуль 1. Теоретичні аспекти бренд-менеджменту</i>          Тема 1.1. Сутність та еволюція бренд-менеджменту          Тема 1.2. Правова охорона знаків для товарів та послуг          Тема 1.3. Основи стратегічного бренд-менеджменту  <i>Змістовий модуль 2. Прикладні аспекти бренд-менеджменту</i>          Тема 2.1. Проектування бренду          Тема 2.2. Власні торговельні марки          Тема 2.3. Просування бренду          Тема 2.4. Територіальний брендинг          Тема 2.5. Персональний брендинг</p> <p><b>Теми практичних занять</b>          1. Історія розвитку та основні поняття брендингу.          2. Набуття і здійснення права власності на знаки для товарів і послуг в Україні.          3. Формування стратегії бренду.          4. Цикл створення бренду.          5. Переваги і недоліки Private Labels. Аналіз практики використання власних торгових марок ритейлерами в Україні.          6. Вибір маркетингових комунікацій.          7. Особливості національного брендингу України. Бренд м. Біла Церква.          8. Алгоритм побудови персонального бренду.</p> <p>Українська</p>
--	--