

Дисципліна	Вибіркова дисципліна <u>12</u> «Бренд-менеджмент»
Рівень ВО	бакалавр
Назва спеціальності/освітньо-професійної програми	073 «Менеджмент» / Менеджмент
Форма навчання	денна / заочна
Курс, семестр, протяжність	3 курс, 6 семестр, один семестр
Семестровий контроль	залік
Обсяг годин (всього: з них лекції/практичні)	4 кредити: Денна форма навчання – 120 год.: 34 год. / 34 год. Заочна форма навчання – 120 год.: 6 год. / 8 год.
Мова викладання	українська
Кафедра, яка забезпечує викладання	менеджменту та адміністрування
Автор дисципліни	к.е.н., доц. Буняк Н.М.
Короткий опис	
Вимоги до початку вивчення	Базові знання з менеджменту, економіки підприємства, соціального менеджменту, аналізу господарської діяльності.
Що буде вивчатися	Методологічні основи створення бренду (поняття і структура бренду; процес створення брендової ідентичності; розробка атрибутів бренду; особливості створення маркетингових програм для підтримки бренду). Особливості управління брендом (основи управління брендом; реалізація загальних функцій управління брендом; стратегії бренду). Оцінка ефективності управління брендом (концептуальна модель оцінювання ефективності управління брендом; капітал бренду як основний індикатор ефективності бренд-менеджменту; методологія оцінювання ефективності управління брендом).
Чому це цікаво/треба вивчати	У теперішніх ринкових реаліях, коли кількість нових товарів та послуг стрімко зростає, першочерговим завданням керівництва підприємства у напрямку привернення достатньої уваги споживачів та утримання їхньої зацікавленості на бажаному рівні є створення та використання оригінальних й унікальних засобів індивідуалізації, зокрема бренду. Сьогодні бренд-менеджмент є важливим інструментом забезпечення ефективного функціонування підприємства як у сфері B2B, так і у сфері B2C шляхом створення можливостей для задоволення запитів споживачів та підвищення прибутковості діяльності.
Чому можна навчитися (результати навчання)	<ul style="list-style-type: none"> - здатність до абстрактного мислення, аналізу, синтезу; - здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях; - знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності; - навички використання інформаційних і комунікаційних технологій; - здатність до адаптації та дії в новій ситуації; - здатність генерувати нові ідеї (креативність); - здатність діяти соціально відповідально і свідомо; - здатність обирати та використовувати сучасний інструментарій менеджменту; - здатність створювати та організовувати ефективні комунікації в процесі управління; - здатність аналізувати й структурувати проблеми організації, формувати обґрунтовані рішення;

	- розуміти принципи психології та використовувати їх у професійній діяльності.
Як можна користуватися набутими знаннями і уміннями (компетентності)	Здобуті знання та практичні навички дозволять майбутнім фахівцям у сфері управління формувати бренди у віртуальному просторі, обґрунтовувати напрями розвитку брендів підприємства з урахуванням особливостей його внутрішнього і зовнішнього середовища; здійснювати ефективне управління і контроль за розвитком брендів, розробляти бренд-стратегії підприємства; оцінку марочного капіталу, прогнозувати ризики.
Інформаційне забезпечення	<ol style="list-style-type: none"> 1. Бренд-менеджмент: теорія і практика: навч. посіб. / укл.: І. В. Струтинська. Тернопіль : Прінт-офіс, 2015. 204 с. URL: http://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/123456789/7116/6/Navchalno_metodychnyj_pidruchnyk.pdf 2. Мороз О. В., Пащенко О.В. Теорія сучасного брендингу. Вінниця : УНІВЕРСУМ, 2016. 458 с. 3. Пономарьова Є.А. Бренд-менеджмент URL: https://stud.com.ua/154412/marketing/brend-menedzhment 4. Шевченко О.Л. Бренд-менеджмент. Київ : КНЕУ, 2010. 395 с. 5. Ястремська О. М., Ястремська О. О. Бренд-менеджмент. Харків : ХНЕУ, 2010. 164 с.
Web-посилання на (опис дисципліни) силабус навчальної дисципліни на веб-сайті факультету (інституту)	

Здійснити вибір - [«ПС-Журнал успішності-Web»](#)