

## Опис навчальної дисципліни вільного вибору

Дисципліна	Вибіркова дисципліна 5 «Бренд-маркетинг»
Рівень ВО	перший (бакалаврський) рівень
Назва спеціальності/освітньо-професійної програми	076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність / Підприємництво, торгівля та біржова діяльність
Форма навчання	Денна, заочна
Курс, семестр, протяжність	3 курс (5 семестр), 3 кредити ЄКТС
Семестровий контроль	залік
Обсяг годин (всього: з них лекції/практичні)	Денна: 90 год. з них: 30 год. лекції, 42 год. практ. Заочна: 90 год. з них: 6 год. лекції, 6 год. практ.
Мова викладання	українська
Кафедра, яка забезпечує викладання	підприємництва і маркетингу
Автор дисципліни	Кандидат економічних наук; доцент кафедри підприємництва і маркетингу <b>Лялюк Алла Миколаївна</b>
<b>Короткий опис</b>	
Вимоги до початку вивчення	Знання основ економічної теорії, економічних законів розвитку бізнесу, основ економіки, менеджменту, збутової і товарної політики, цінової політики підприємства та сервісного обслуговування споживачів
Що буде вивчатися	Науково-теоретичні основи бренд-маркетингу та практичних навичок зі створення, розвитку, просування торговельних марок та брендів
Чому це цікаво/треба вивчати	Успіх бренду залежить від таких елементів торгової марки, як логотип, слоган, легенда, упаковка та ін., при цьому будь-який бренд є торговою маркою, але не всі торгові марки стають брендом.
Чому можна навчитися (результати навчання)	Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері збутової діяльності підприємства. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного підприємця, підвищувати рівень особистої професійної підготовки. Набуття вмінь та навиків презентувати

	<p>товари, просувати їх на ринок, організувати ефективно канали розподілу і збуту продукції підприємства.</p> <p>ПРН-11. Забезпечувати встановлення ефективних контактів з діловими партнерами. Самостійно здійснювати пошук та аналіз різноманітних джерел інформації для прийняття управлінських рішень.</p> <p>ПРН-15. Здатність визначати оптимальну структуру асортименту для конкретного торговельного підприємства. Здатність розробляти критерії якості товарів та послуг згідно з сучасними вимогами законодавства та досягненнями технічного прогресу.</p> <p>ПРН-16. Здатність вивчати, аналізувати та оцінювати наявний на ринку асортимент товарів, перелік послуг, виробників та ступінь забезпечення прав споживачів у їх діяльності.</p> <p>ПРН-17. Здатність створювати систему комунікацій по просуванню товарів і послуг, формувати імідж підприємства.</p> <p>ПРН-18. Здатність розробляти стратегію збутової діяльності підприємства (організації).</p>
<p>Як можна користуватися набутими знаннями і уміннями (компетентності)</p>	<p>ФК-4. Здатність застосовувати інноваційні підходи в діяльності підприємницьких, торговельних та біржових структур.</p> <p>ФК-5. Здатність визначати та оцінювати характеристики товарів і послуг в підприємницькій, торговельній, біржовій діяльності.</p> <p>ФК-14. Здатність виявлення та обґрунтування пріоритетних напрямків організації та ведення власного бізнесу, визначати стратегічну мету підприємства, окреслювати загальну стратегію його діяльності.</p> <p>ФК-19. Здатність встановлювати, підтримувати та розвивати ділові відносини із суб'єктами зовнішнього середовища. Здатність захищати інтереси підприємства в системі торговельного бізнесу.</p> <p>ФК-23. Здатність організувати вивчення та прогнозування потреб на товари та послуги.</p> <p>ФК-24. Здатність аналізувати позитивні і негативні риси діяльності певних фірм щодо випуску товарів та послуг.</p>
<p>Інформаційне забезпечення та/або web-покликання</p>	<p>Лялюк А. М. Маркетинг: навч. посіб. / А. М. Лялюк. – Вид. 2-ге, доповн. та змін. Луцьк : Вежа-Друк, 2018. – 300 с.</p>
<p>Здійснити вибір</p>	<p><a href="#"><u>«ПС-Журнал успішності-Web»</u></a></p>