

Опис освітнього компонента вільного вибору

Освітній компонент	Вибірковий освітній компонент 6 «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
Курс, семестр, протяжність	3 (6 семестр), 5 кредитів ЄКТС
Семестровий контроль	залік
Обсяг годин (усього: з них лекції/практичні)	150 год, з них: лекц. – 26 год, практ. – 28 год
Мова викладання	українська
Кафедра, яка забезпечує викладання	Економіки, підприємництва та маркетингу
Автор ОК	Кандидат економічних наук; доцент кафедри економіки, підприємництва та маркетингу Лялюк Алла Миколаївна
Короткий опис	
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)	ПРН-2. Застосовувати набуті знання для виявлення, постановки та вирішення завдань за різних практичних ситуацій в підприємницькій, торговельній та біржовій діяльності. ПРН-13. Використовувати знання форм взаємодії суб'єктів ринкових відносин для забезпечення діяльності підприємницьких, торговельних та біржових структу
Як можна користуватися набутими знаннями й уміннями (компетентності)	ФК-3. Здатність здійснювати діяльність у взаємодії суб'єктів ринкових відносин. ФК-13. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу у підприємницькій, торговельній і біржовій діяльності
Інформаційне забезпечення та/або web-посилання	1. Лялюк А.М. Бренд-маркетинг: конспект лекцій. Луцьк: ВНУ імені Лесі Українки, 2021. 89 с. 2. Павлов К.В., Лялюк А.М., Павлова О.М. Маркетинг: теорія і практика: підручник. Рекомендовано до друку, Гриф ВНУ імені Лесі Українки, рішення Вченої Ради

(протокол № 7 від 26.05.22 р.)

<https://moodle.vnu.edu.ua/course/view.php?id=1559>