

### Опис освітнього компонента вільного вибору

Освітній компонент	<b>Вибірковий освітній компонент 8 «Бренд-менеджмент»</b>
Рівень ВО	Перший (бакалаврський) рівень
Назва спеціальності / освітньо-професійної програми	073 Менеджмент / Менеджмент
Форма навчання	Денна, заочна
Курс, семестр, протяжність	3 (6 семестр), 5 кредитів ЄКТС
Семестровий контроль	Залік
Обсяг годин (усього: з них лекції/практичні)	Денна: 150 год., з них: лекц. – 10 год., практ. – 20 год. Заочна: 150 год., з них: лекц. – 4 год., практ. – 6 год.
Мова викладання	українська
Кафедра, яка забезпечує викладання	Менеджменту
Автор ОК	Кандидат економічних наук; доцент кафедри менеджменту <b>Буняк Надія Михайлівна</b>
<b>Короткий опис</b>	
Вимоги до початку вивчення	Базові знання менеджменту, принципів функціонування ринкової економіки; здатність визначати напрями розвитку підприємств з урахуванням факторів середовища, в якому воно функціонує; здатність застосовувати творчий підхід до роботи
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). Підходи до 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

	<p>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.</p>
<p>Чому можна навчитися (результати навчання)</p>	<p>ПРН11. Демонструвати навички аналізу ситуації та здійснення комунікації у різних сферах діяльності організації. ПРН15. Демонструвати здатність діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних міркувань (мотивів), повагу до різноманітності та міжкультурності.</p>
<p>Як можна користуватися набутими знаннями і уміннями (компетентності)</p>	<p>ЗК3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу, синтезу ЗК8. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій. ЗК13. Цінування та повага різноманітності та мультикультурності. СК6. Здатність діяти соціально відповідально і свідомо. СК11. Здатність створювати та організовувати ефективні комунікації в процесі управління. СК14. Розуміти принципи психології та використовувати їх у професійній діяльності. СК15. Здатність формувати та демонструвати лідерські якості та поведінкові навички.</p>
<p>Інформаційне забезпечення та/або web-посилання</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Бікулов Д. Т., Головань О. О., Олійник О. М., Маркова С. В., Сухарева К. В., Чкан А. С. Бренд-менеджмент у сфері зовнішньоекономічної діяльності: навч. посіб. Запоріжжя: ЗНУ, 2020. 96 с.</li> <li>2. Бренд-менеджмент. Навчально-методичний комплекс дисципліни : навч. посіб. / Н. В. Юдіна. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2020. 114 с. URL : <a href="https://ela.kpi.ua/handle/123456789/35374">https://ela.kpi.ua/handle/123456789/35374</a></li> <li>3. Буняк Н. М. Бренд-менеджмент : конспект лекцій. Луцьк : Волинський національний університет імені Лесі Українки, 2023. 120с.</li> <li>4. Смерічевський С. Ф., Петропавловська С. Є., Радченко О. А. Бренд-менеджмент : навч. посіб. Київ: НАУ, 2019. 156 с.</li> </ol>