

## АНОТАЦІЯ ДИСЦИПЛІНИ

**«Бренд-менеджмент»**  
**Галузь знань 07 «Управління та адміністрування»**  
**Спеціальність 075 «Маркетинг»**  
**Ступень «Магістр»**

Кількість кредитів ECTS	Семестр
7	2

**1 Мета опанування дисципліни:** поглиблення і розширення теоретичних знань, вмінь та практичних навичок студентів у питаннях методології розробки, просування та управління брендами компанії як найважливішими нематеріальними активами.

**2 Завдання:** знання та розуміння сутності брендів як особливих ментальних конструктів у сприйнятті цільових аудиторій і як нематеріальних активів, якими володіють та управляють компанії; знання та розуміння ролі брендингу в бізнес-моделі функціонування компаній; системні знання класичних та сучасних теорій та інструментів брендингу; системні уявлення про різні рівні орендованих об'єктів і типах брендів в B2C и B2B-сферах; знання принципів і технологій створення брендів для ринків b-to-c и b-to-b та вміння застосовувати їх на практиці; знання принципів формування портфелів брендів компаній, побудови архітектури брендів критеріїв їх оцінки; знання основних інструментів побудови капіталу бренда і критеріїв оцінки капіталу бренда.

### **3 Перелік компетенцій, яких набуде студент після опанування дисципліни:**

#### **знання і розуміння:**

основ використання брендингу в управлінні маркетинговою активністю  
концепцій створення бренда та оцінка його потенціалу  
методології моделювання в управлінні брендингом  
класифікаційних ознаки брендів  
особливостей взаємодії брендів на ринку та в системі маркетингу підприємства  
напрямів організація робіт з брендингу

#### **застосування знань і розумінь:**

уміння знаходити причинно-наслідкові зв'язки між явищами та процесами в управлінні брендом на ринку  
уміння користуватися статистичними базами даних, що відображають динаміку світових товарних ринків  
уміння здійснювати дослідження глобального та регіональних ринків брендів  
уміння обґрунтувати та визначити напрями в управлінні успіхом підприємства на основі бренд-менеджменту  
уміння розробляти марочну стратегію та політику

### **4 Сфера реалізації набутих знань і вмінь в майбутній професії:**

1) на державному рівні:

- при участі у формування зовнішньої політики держави у сфері товарного виробництва;
  - при розробці концепції, стратегії розвитку товарного ринку;
  - при ініціюванні і розробці програм співробітництва з міжнародними виробничими та торговельними організаціями та асоціаціями;
- 2) на рівні підприємства:
- при розробці стратегії виходу підприємства на внутрішні та зовнішні ринки;
  - при плануванні видів та напрямів реалізації економічної діяльності підприємства;
  - при плануванні міжнародної діяльності.

## **5 Зміст дисципліни розкривається в темах:**

### **Змістовий модуль 1. Бренд як стратегія підприємства на ринку**

Тема 1. Сучасні концепції брендингу та бренд-менеджменту

Тема 2. Сутність та зміст брендингу підприємства

Тема 3. Концепція позиціонування бренду

Тема 4. Брендінг як ефективна стратегія на високо конкурентних ринках

Тема 5. Портфель бренда и архітектура бренда

### **Змістовий модуль 2. Процеси транснаціоналізації та глобалізації в міжнародному туризмі**

Тема 6. Створення бренда

Тема 7. Побудова системи ідентичності бренда

Тема 8. Маркетингові комунікації в побудові і розвитку бренда

Тема 9. Інтернет-брендінг

Тема 10. Фінансова оцінка та облік брендів

**6 Викладацький склад:** к.е.н., доцент Булгакова О.В., асистент Гакова М.В.