

Назва дисципліни		БРЕНД МЕНЕДЖМЕНТ			
Рівень вищої освіти		Другий (магістерський) рівень			
Назва спеціальності		Маркетинг			
Назва спеціалізації					
Форма навчання		денна			
Кафедра, що забезпечує		Маркетинг			
курс	1	семестр	10	Викладач	Окландер М.А.
А	Мета і задачі дисципліни				
	<p>Формування системи теоретичних знань та практичних навичок використання компетенцій в управлінні комунікативними зв'язками з аудиторією споживачів при просування бренду.</p> <p>Основними завданнями вивчення дисципліни «Бренд-менеджмент» є:</p> <ul style="list-style-type: none"> - надання теоретичних знань з бренд-менеджменту, оволодіння вміннями і навичками управління товарними марками ; - вивчення категоріально-понятійного апарату бренд-менеджменту і концепцій бренда та брендингу; - вивчення принципів та механізмів бренд-менеджменту в організації просування продукту; - виявлення стратегічної значимості ефективного бренд-менеджменту; - вивчення принципів клієнторієнтованого мислення, пошуку й прийняття відповідних рішень; - оволодіння навичками ефективних комунікацій, презентації, аргументації, обґрунтування прийнятих рішень у галузі просування марочних товарів. 				
В	Тематика дисципліни				
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Теоретичні основи бренд-менеджменту 2. Інтегровані комунікації бренд-менеджменту 3. Особливості управління брендом 4. Ребрендинг 5. Організаційно-економічні аспекти брендингу 6. Стратегія розвитку бренда як рухома сила стратегії розвитку бізнесу 7. Правові основи брендингу 8. Просування бренда в соціальних мережах та робота з новими медіа 				
С	Стиль та методика навчання				
Організаційно-методичні форми вивчення	Лекційні заняття, практичні заняття.				
Форми контролю	Поточний контроль, індивідуальні завдання, залік.				
Д	Компетентності				
	<p>ЗК1. Вміння виявляти, ставити та вирішувати проблеми, здатність приймати обґрунтовані рішення.</p> <p>СК10. Здатність управляти проектами в сфері маркетингової діяльності.</p>				
Е	Основні результати навчання				
	<p>РН7. Демонструвати знання наукових засад і розуміння практичних аспектів підвищення ефективності маркетингової діяльності.</p> <p>РН8. Обґрунтовувати зміни і вдосконалення в системі маркетингу,</p>				

реалізація яких необхідна для отримання позитивних результатів роботи ринкового суб'єкта.

РН11. Виявляти розуміння сутності та особливостей застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень.

РН14. Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проектів і програм.