Силабус дисципліни

«БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТ»

Викладач: Андріяш Вікторія Іванівна, доктор наук з державного управління, професор кафедри публічного управління та адміністрування ЧНУ імені Петра Могили

Обсяг: 7 кредитів ECTS (210 год), з яких 120 годин самостійної роботи.

Мета: набуття теоретичних та практичних знань з основ створення і просування брендів, формування мислення в аспектах ефективного управління брендами, розробці та підтримці брендових стратегій організації.

Оригінальність навчальної дисципліни: авторський курс

Очікувані результати навчання

В результаті вивчення дисципліни студент

має знати:

– особливості створення бренда та оцінка його потенціалу;
– організацію робіт з брендингу;
– моделювання в управлінні брендингом;
– економічні характеристики та атрибути брендів;
– методи визначення цінності бренду;
– інновації бренд-менеджменту;
– методичний інструментарій маркетингових досліджень у бренд-менеджменті.

має вміти:

– проводити економічну оцінку брендів;
– застосовувати аналітичні прийоми формування бренд-менеджменту за сферами діяльності;
– використовувати методичні підходами до моделювання брендів з врахуванням особливостей споживчої поведінки;
– застосовувати практичні навички розробки бренд-стратегій підприємства залежно від ринкових умов;
– засвоювати основні концепцій та принципи позиціювання бренду.

Зміст дисципліни

Тема 1. Суть, поняття та розвиток бренд-менеджменту
Тема 2. Особливості ідентифікації бренду
Тема 3. Стратегія створення бренду
Тема 4. Позиціонування бренду
Тема 5. Помилки позиціонування
Тема 6. Ребрендинг та його особливості
Тема 7. Особистий бренд
Тема 8. Територіальний брендинг
Тема 9. Бренд країни.

Семестровий контроль: залік
Оцінювання:
За семестр: 70 балів
За залік: 30 балів

Види робіт:
Групові заняття – 54 балів (27*2 б.)
Підготовка проекту «Розробка бренду» – 16 балів

Технічне забезпечення:

Проєкційне мультимедійне обладнання (проєктор, екран, ноутбук/комп'ютер).
Доступ до мережі Internet, точка доступу Wi-Fi.
Система електронного навчання Moodle 3.

Політика щодо дедлайнів
Роботи, які здаються із порушенням термінів безповажних причин, оцінюються на нижчу оцінку.

Політика щодо академічної доброчесності
Передбачає самостійну підготовку до групових занять та самостійне виконання індивідуальних творчих завдань.Списування під час заліку (в т. ч. із використанням мобільних пристроїв) заборонено. У разі виявлення плагіату або списування роботи не зараховуються.

Критерії оцінювання результатів вивчення дисципліни

Під час вивчення дисципліни студенти отримають бали за такі види робіт:
1. Відповіді на групових заняттях
2. Підготовка проекту «Розробка бренду»