



ЕКОНОМІЧНИЙ  
ФАКУЛЬТЕТ

# Брендинг та комунікаційні стратегії



## Мета дисципліни

Формування у здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти здатності до стратегічного управління брендом та розробки інтегрованих комунікаційних стратегій на основі аналізу ринку, поведінки споживачів і сучасних цифрових технологій.





**REBRAND**

## Предмет дисципліни



Теоретичні та прикладні аспекти брендингу та стратегічних комунікацій, включаючи формування бренду, позиціонування, управління репутацією, інтегровані маркетингові комунікації (ІМС), цифрові канали та аналітику ефективності.



# Результати навчання

## Знати:

- теоретичні основи брендингу та позиціонування;
- структуру та елементи бренду;
- принципи інтегрованих маркетингових комунікацій;
- сучасні комунікаційні канали та інструменти;
- підходи до управління репутацією;
- методи оцінювання ефективності комунікацій.

## Вміти:

- розробляти брендові стратегії;
- формувати позиціонування бренду;
- планувати та реалізовувати комунікаційні кампанії;
- інтегрувати різні канали комунікації;
- аналізувати поведінку споживачів;
- оцінювати ефективність комунікацій;
- приймати стратегічні управлінські рішення.

# Компетентності

- здатність до стратегічного управління брендом;
- здатність розробляти комунікаційні стратегії;
- здатність аналізувати ринок і споживачів;
- здатність управляти репутацією;
- здатність застосовувати сучасні цифрові інструменти;
- здатність приймати обґрунтовані стратегічні рішення.