



Кафедра менеджменту та інформаційних технологій



Branding

ВИБІРКОВА ДИСЦИПЛІНА

“БРЕНДИНГ”

• Ведучий лектор:
доц., Боліла С.Ю.

Бренд-менеджер

Рівень заробітної плати на ринку праці 700 -2000 \$

Чому навчить курс

Створює стратегію формування та розвитку бренду, бренд-ідеологію та стратегію її інтеграції, стратегію та тактику формування позиціонування на ринку

Описувати шлях споживача та знаходити фактори бренду, що впливають на прийняття рішень аудиторії	Знаходити цільову аудиторію та формулювати унікальну торгову пропозицію
Формулювати концепцію та розробляти платформу бренда	Створювати фірмовий стиль бренду та комунікацію зі споживачем
Формулювати та корегувати продуктові гіпотези на основі Customer development	Створювати піраміду бренду та комунікаційну архітектуру
Розробляти креативні компанії для просування бренду, обирати канали та інструменти	Розробляти заходи для просування бренду та управляти його розвитком



Бренд - це не лише логотип або слоган, це сприйняття та унікальність компанії та продукту

Метою курсу є формування науково-професійного світогляду здобувачів в області технологій створення та управління брендами та пов'язаної з нею попередньою обробкою результатів маркетингового дослідження



Завдання дисципліни полягають в ознайомленні з сучасним станом та тенденціями розвитку проблеми дослідження сутності бренда та його особливостей як активу; вивчення різновидів брендів; засвоєння принципів застосування цих закономірностей для розробки бренду; практичне ознайомлення з особливостями та засвоєння основ роботи бренду

При розв'язуванні проблем слід самостійно розібратися у запропонованій комерційній ситуації, виявити основні можливості розвитку діяльності за рахунок використання інструментів брендингу



Завдання вибіркової дисципліни

*Вивчення
основ брендингу
та його
особливостей в
системі
маркетингових
зусиль
підприємства*

*Вивчення
методів та
технологій
управління
брендами*

*Формування
професійного
мислення
щодо побудови
бренду*

*Оволодіння
інструментами
та засобами
брендингу*

Результат- вироблення концептуального підходу та менеджерських навичок створення та управління брендом



Зміст навчальної дисципліни

Тема 1. Сутність брендингу в сучасних умовах

Тема 2. Дослідження цільової аудиторії та поведінка споживачів у процесі купівлі товарів і послуг визначених брендів

Тема 3. Конструювання ідентичності бренду

Тема 4. Технології брендингу

Тема 5. Комунікаційна компанія бренду

Тема 6. Формування та підтримка прихильності до бренду

Тема 7. Аналіз ефективності брендингу

