

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ТАВРІЙСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ АГРОТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ДМИТРА МОТОРНОГО

Факультет економіки та бізнесу
Кафедра маркетингу

Силабус
Дисципліни «Бренд-менеджмент»

<i>Викладач</i>	к.е.н., доц. Я.С.Сокіл
<i>Кількість кредитів ЄКТС</i>	6
<i>Загальна кількість годин</i>	180

Загальний опис навчальної дисципліни

Мета курсу: спеціалізоване поглиблення знань щодо основних принципів та особливостей управління ефективністю використання торгових марок у діяльності фірми та перетворення їх у бренд. Основна роль бренд-менеджменту полягає в інтеграції процесів створення, управління та оцінки ефективності брендів, спрямованих на збільшення їхньої цінності для споживачів.

Завдання курсу: усвідомлення ролі та значущості проблем формування бренду підприємства; глибоке оволодіння знаннями, які відображають зміст та техніки «Бренд-менеджмент»; узагальнення теоретичних знань та практичних навичок створення бренду підприємства та управління ним; набуття умінь та навичок використання методів роботи у даній сфері, орієнтування в конкретних практичних ситуаціях.

Дисципліна спрямована на вивчення таких питань: актуальні концепції бренду і брендингу; роль бренд-менеджменту в організації просування продукту; функції бренд-менеджменту; параметри ідентичності бренду; технологію формування практичної структури бренду; інтегровані комунікації бренд-менеджменту; особливості управління брендингом; різновиди бренд-стратегій підприємства; організаційно-економічні аспекти брендингу; методи оцінки марочного капіталу; методи оцінки ефективності бренд-менеджменту.

Політика курсу. Для забезпечення високої якості знань необхідно виконувати наступні умови: не пропускати навчальні заняття й не спізнюватися на них; систематично брати активну участь у освітньому процесі; чітко й вчасно виконувати навчальні завдання; брати активну участь у науково-дослідній роботі студентів; виключати мобільний телефон під час занять і під час контролю знань; вчасно виконувати і здавати завдання для самостійної роботи; відпрацьовувати пропущені заняття; дотримуватись академічної доброчесності.

Орієнтовний перелік тем лекцій

1. Сутність та значення бренд менеджменту
2. Ідентичність та побудова брендів
3. Правові аспекти бренд-менеджменту
4. Управління портфелем брендів

5. Інтернет-брендинг: розвиток бренду в глобальній мережі.
6. Капіталізація бренду
7. Франчайзинг як формат ведення бізнесу та ефективна форма використання бренду

Орієнтовний перелік тем практичних занять

1. Сутність та значення бренд менеджменту
2. Ідентичність та побудова брендів
3. Правові аспекти бренд-менеджменту
4. Управління портфелем брендів
5. Інтернет-брендинг: розвиток бренду в глобальній мережі.
6. Капіталізація бренду
7. Франчайзинг як формат ведення бізнесу та ефективна форма використання бренду

Перелік рекомендованої літератури

1. Вілер А. Ідентичність бренду. Базові рекомендації щодо створення фірмового стилю. Вид-во: КМ-БУКС. 2020. 336 с.
2. Годин С. Пурпурова корова. Як створити незабутній продукт. Київ: Вид-во «Наш формат». 2018. 168 с.
3. Дахігг, Ч. Сила звички [Текст] / Ч. Дахігг. – Харків: Клуб сімейного дозвілля, 2016. 430 с.
4. Маркетингові війни: Ел Райс і Джек Траут ; [пер. з англ. В. Стельмаха]. - Харків : Фабула: Ранок, 2019. 237 с.
5. Роулз Д. Цифровий брендинг. Вид-во: Фабула. 2020. 256 с.
6. Keller K., Swaminathan V. Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity, Global Edition, 5th Edition. Pearson Education Limited. 2020. 624 p.
7. Kotler Ph., Kaller K. Marketing management. Upper Saddle River, New Jersey: Prentice Hall, 2015. 816 p.
8. Philip Kotler, Hermawan Kartajaya, Iwan Setiawan. Marketing 5.0: Technology for Humanity 1st Edition, 2021. 208p.