

Анотація
до вибіркової дисципліни
«Брендинг»
освітньо-професійної програми
«Менеджмент»

Опис дисципліни

Дисципліна «Брендинг» дозволяє оволодіти теоретичними основами та практичними навиками. Розвиває ключові компетенції в області створення та управління брендом, оволодіння навиками соціологічного аналізу бренду як соціальною, комунікативною, семіотичною та маркетинговою категорією, навчити приймати ефективні стратегічні та тактичні рішення щодо створення та розвитку бренду.

Зміст дисципліни

1. Визначення бренду. Структура та різновиди бренду.
2. Правові засади та атрибути бренду.
3. Функції, види та стратегії бренду.
4. Управління брендовим портфелем.
5. Технологія створення брендингу.
6. Особливості створення та просування приватної торгової марки.
7. Бренд, імідж та репутація: їх взаємозв'язок і вплив на розвиток територій, організацій та окремих осіб.
8. Бренд-комунікацій у діяльності суб'єктів ринку.
9. Комунікативні функції брендкованої упаковки.
10. Фірмовий стиль як складова брендингу.
11. Ребрендинг. Наймінг.
12. Аналіз ефективності брендингу.

ЛІТЕРАТУРА

1. Бренд «Україна» [Електрон. ресурс] / Позиціонування української держави за кордоном // Офіційний сайт. Режим доступу : <http://brandukraine.org>.
2. Григорчук Т.В. Брендінг: навчальний посібник для дистанційного навчання [Електронний ресурс]. Режим доступу: https://sites.google.com/site/brendingsoccult/branding_in_business_activities
3. Крилов А. В. Бренд і суспільство – поділ цінностей. Енциклопедія маркетингу [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://www.marketing.spb.ru/lib-comm/brand/brand_differ.htm
4. Процишин Ю.Т. Наявність брендбуку—одна з обов'язкових умов створення сильної корпоративної культури. Молодий вчений. 2019. № 11 (75). С. 142-145. <https://doi.org/10.32839/2304-5809/2019-11-75-32>
5. Процишин Ю.Т. Сайт як інструмент впізнаваності бренду та комунікації з клієнтом. Маркетингові технології підприємств в сучасному науковотехнічному

середовищі: матеріали X Регіональної науково-практичної Інтернет-конференції молодих вчених та студентів. Тернопіль, ТНТУ, 2019. С. 147-148.

6. Щегельська О. Брендинг на споживчих і промислових ринках / О. Щегельська.– [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.management.com.ua/marketing/mark002.html>.– Заголовок з екрану.