

Навчальна дисципліна спрямована на вивчення процесу управління діяльністю організації щодо формування, розвитку та підтримки портфелю брендів підприємства з врахуванням його зовнішньоекономічних зв'язків.

Метою вивчення навчальної дисципліни «Бренд-менеджмент у сфері зовнішньоекономічної діяльності» є формування у майбутніх менеджерів зовнішньоекономічної діяльності системи прикладних знань у сфері управління брендами, розуміння концептуальних засад системного управління діяльністю у сфері брендингу, набуття вмінь підготовки і прийняття управлінських рішень у цій галузі діяльності.

Основними завданнями вивчення дисципліни є теоретична й практична підготовка студентів з питань: сутності та ролі брендів у сучасному бізнесі; суб'єктів бренд-менеджменту; методів управління формуванням та розвитком торговельних марок; основних функцій бренду та його характеристик; використання основних комунікацій та медіа-каналів в системі бренд-менеджменту; побудови бренду на основі моделей, що використовуються у бренд-менеджменті; інструментів формування корпоративної культури бренду; формування технологій, що використовуються у побудові бренду.