

*Метою* вивчення навчальної дисципліни «Бренд-менеджмент підприємств» є оволодіння здобувачами вищої освіти теоретичними основами та набуття ними практичних навичок з розробки, управління та розвитку брендів підприємств в умовах ринкової економіки.

*Основними завданнями* вивчення дисципліни «Бренд-менеджмент підприємств» є:

- засвоєння фундаментальних понять, що лежать в основі бренд-менеджменту;
- набуття навичок з аналізу ринку, цільової аудиторії та конкурентів для формування унікальної пропозиції бренда;
- опанування інструментів маркетингових комунікацій для побудови та підтримки іміджу бренда;
- розвиток креативного мислення у розробці унікальних ідей та концепцій бренда;
- набуття навичок управління життєвим циклом бренда та його архітектурою;
- набуття вмінь управляти портфелем брендів.

Дисципліна «Бренд-менеджмент підприємств» як компонент освітньо-професійної програми підготовки відповідає таким програмним компетентностям:

- здатність проведення досліджень на відповідному рівні;
- навички використання інформаційних та комунікаційних технологій;
- здатність генерувати нові ідеї (креативність);
- здатність створювати та організовувати ефективні комунікації в процесі управління.

Дисципліна «Бренд-менеджмент підприємств» як компонент освітньо-професійної програми підготовки забезпечує такі програмні результати навчання:

- організувати та здійснювати ефективні комунікації всередині колективу, з представниками різних професійних груп та в міжнародному контексті;
- вміти спілкуватись в професійних і наукових колах державною та іноземною мовами;
- забезпечувати особистий професійний розвиток та планування власного часу;
- вміти планувати і здійснювати інформаційне, методичне, матеріальне, фінансове та кадрове забезпечення організації (підрозділу).

Курс дає можливість:

- засвоїти основні методичні підходи до створення ідентичності брендів;
- набути навички здійснення стратегічного аналізу портфелю брендів підприємства;
- вміти використовувати методичний інструментарій обґрунтування управлінських рішень щодо підвищення ефективності заходів просування брендів та конкурентоспроможності підприємства в цілому.