

АНОТАЦІЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

№ з/п	Назва поля	Опис
1.	Назва дисципліни	Бренд-менеджмент
2.	Статус	Вільного вибору
3.	Спеціальності	051 Економіка / Міжнародна економіка
4.	Мова викладання	Українська/англійська
5.	Семестр, в якому викладається	4
6.	Кількість: - кредитів ЄКТС - академічних годин (вказати окремо лекції, лабораторні заняття, практичні заняття, самостійна робота, тощо)	4,0 кредити 120 годин 18 год – лекцій, 26 год – практичні заняття, 76 год – самостійна робота)
7.	Форма підсумкового контролю та наявність індивідуальних завдань	Іспит
8.	Кафедра, що забезпечує викладання	Кафедра підприємництва та маркетингу
9.	Викладач, що планується для викладання	Малинка Оксана Ярославівна к.е.н., доцент кафедри ПІМ
10.	Попередні вимоги до вивчення дисципліни	Особливих вимог немає
11.	Перелік компетентностей, яких набуває студент після опанування даної дисципліни	Здатність розв'язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми в економічній сфері, які характеризуються комплексністю та невизначеністю умов, що передбачає застосування теорій та методів економічної науки. ЗК3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу. ЗК4. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях. ЗК8. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел. ЗК9. Здатність до адаптації та дій в новій ситуації. ЗК11. Здатність приймати обґрунтовані рішення.
12.	Сфера реалізації компетентностей в майбутній професії	Можуть займати посади, серед яких: агенти з комерційних послуг та торговельні брокери; помічники керівників підприємств, установ та організацій; офісні працівники; працівники сфери торгівлі та послуг.
13.	Особливості навчання на курсі	Використання мультимедійних лекцій,

		відробки занять – опрацювання і здача індивідуальних завдань по пропущеній тематиці
14.	Стислий опис дисципліни	<p>Метою вивчення дисципліни «Бренд-менеджмент» є надання основних системних теоретичних і практичних знань з управління брендами, опанування інструментів, методів та прийомів бренд-менеджменту для застосування у практичній діяльності підприємств.</p> <p>Часткові цілі дисципліни:</p> <ul style="list-style-type: none"> - опанувати методологічні основи створення брендів; - вивчити загальні функції управління брендами; - навчитися розробляти, впроваджувати та оцінювати бренд-стратегії; - освоїти концепцію капіталу бренду як основного індикатора ефективності бренд-менеджменту; - опанувати методологію оцінювання ефективності управління брендами.
15.	Кількість студентів, які можуть одночасно навчатися (мін-макс)	1-30 на лекції, 1-15 на практичних заняттях