

АНОТАЦІЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ



ДИСЦИПЛІНА «Формування бренду бізнесу»

Дисципліна вільного вибору
першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

Відеозвернення:

Мова викладання:

Українська

Кількість студентів, які можуть одночасно навчатися (мінімальна - максимальна):

5-100

Кількість:

кредитів ЄКТС

академічних годин

Розподіл годин згідно з навчальним планом

Форма підсумкового контролю та наявність індивідуальних завдань:

Диференційований залік

Кафедра, що забезпечує викладання:

Кафедра прикладної економіки

Викладач, що планується для викладання (окремо по видах навантаження):

Буй Юлія Вікторівна – к.е.н., доцент

Пререквізити (за необхідності):

Відсутні

Перелік компетентностей, яких набуває студент після опанування даної дисципліни:

Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.
Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.
Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.
Навички міжособистісної взаємодії.

Особливості навчання на курсі:

Курс орієнтований на практичне опанування інструментів створення та розвитку бренду в умовах сучасного ринку. Навчання поєднує теоретичні основи брендингу з прикладними кейсами, що дозволяє учасникам одразу застосовувати отримані знання до власних бізнес-ідей або проєктів.
Особливістю курсу є фокус на розробці цілісної бренд-стратегії: від визначення цінностей, місії та позиціонування до створення унікальної візуальної ідентичності та комунікаційної політики. Значна увага приділяється аналізу цільової аудиторії, формуванню портрета споживача та розробці конкурентних переваг бренду.

Матеріально-технічне забезпечення:

Спеціального матеріально-технічного забезпечення не потребує

Посилання на ЕНК на платформі Moodle:

Посилання на інші матеріали за

Бренд-менеджмент у сучасному бізнесі : навчальний

дисципліною (за наявності)	посібник / упорядник О. М. Марченко. Львів : Львівський державний університет внутрішніх справ, 2023. 268 с.
Стислий опис дисципліни:	<p>Дисципліна спрямована на формування у здобувачів теоретичних знань і практичних навичок зі створення, розвитку та управління брендом бізнесу. У межах курсу розглядаються основи брендингу, процес розробки бренд-стратегії, позиціонування на ринку, формування унікальної ціннісної пропозиції та візуальної ідентичності.</p> <p>Особлива увага приділяється аналізу цільової аудиторії, дослідженню конкурентного середовища, побудові ефективних комунікацій і використанню сучасних цифрових інструментів просування. Дисципліна також охоплює інноваційні підходи до брендингу, включаючи персоналізацію, сторітелінг, контент-маркетинг і принципи сталого розвитку.</p>

¹ обсяг анотації – 1-2 сторінки, стиль викладення – простий і зрозумілий.