БРЕНД-МАРКЕТИНГ

Метою курсу є формування у здобувачів компетентностей, необхідних для розробки, управління та просування брендів у конкурентному середовищі, з урахуванням сучасних маркетингових тенденцій, цифрових технологій та поведінки споживачів.



Аракелова Інна Олександрівна
к.е.н., доцент
доцент кафедри маркетингу та туризму МДУ

Змістовні модулі:
Змістовий модуль 1. Основи брендингу та розробка бренд-стратегії
Змістовий модуль 2. Управління брендом та бренд-комунікації

Результати навчання:
- розуміти основні принципи та моделі бренд-маркетингу.
- аналізувати ринкове середовище та визначати ключові аспекти бренд-стратегії.
- розробляти позиціонування бренду, його унікальну торговельну пропозицію та архітектуру.
- створювати бренд-комунікації, враховуючи особливості різних каналів просування.
- оцінювати ефективність бренд-стратегії за допомогою маркетингових досліджень та аналітики.
- використовувати сучасні цифрові технології та тренди у бренд-маркетингу.

Семестр: 2 Форма контролю: залік
Кількість годин\кредитів: 180\6

Кафедра маркетингу та туризму