

Назва освітнього компонента	Бренд-айдентика
Факультет	Факультет економіки, підприємництва та інформаційних технологій
Кафедра	Маркетингу
ПБ НПП або ПП, науковий ступінь, вчене звання (за наявності)	-
Рівень (рівні) вищої освіти	другий (магістерський)
Загальний обсяг освітнього компонента	3 кредити ЄКТС / 90 годин
Семестр (семестри) вивчення	3
Форма підсумкового контролю	залік
Мова викладання	українська
Форми здобуття освіти та розподіл годин	Денна: лекції – 12 годин; практичні/семінарські/лабораторні – 12 годин; самостійна робота – 66 годин. Заочна: лекції – 6 годин; практичні/семінарські/лабораторні – 6 годин; самостійна робота – 78 годин. Дистанційна/дуальна (за наявності): дистанційна форма: лекції – 4 години; практичні/семінарські/лабораторні – 4 години; асинхронні заняття – 4 години; самостійна робота – 78 годин.
Коротка анотація та мета	Освітній компонент охоплює питання сутності та управління айденікою, використання торговельної марки, комерційного найменування, промислових зразків і географічних найменувань, управління брендом у світовому бізнесі та неймінгу. Мета – формування у здобувачів вищої освіти розуміння сутності та ролі бренд-айдентики у маркетинговій діяльності підприємства, здатності розробляти й управляти елементами ідентифікації бренду, обґрунтовувати рішення щодо формування бренду та забезпечення його конкурентного позиціонування у національному й міжнародному бізнес-середовищі.
Компетентності та/або результати навчання, що формуються або поглиблюються	Компетентності: • здатність генерувати нові ідеї (креативність); • здатність застосовувати творчий підхід до роботи за фахом. Результати навчання: • вміти адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта; • розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень.
Пререквізити / рекомендований рівень підготовки	Стратегічне управління маркетингом
Мінімальна та максимальна чисельність групи	-