

ПРОЄКТНИЙ БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТ

Вивчає: дослідження концептуальних засад проєктного бренд-менеджменту; бренд як об'єкт управління; систему управління розвитком бренду; обґрунтування доцільності брендового проєкту та управління ним; планування брендового проєкту та управління тривалістю виконання брендового проєкту; планування ресурсного забезпечення проєктування брендингу; управління командою проєктування брендової політики суб'єкту міжнародного бізнесу в глобальному економічному просторі; контролювання виконання та реалізації бренд-проєкту; управління ризиками в проєктному бренд-менеджменті; управління якістю проєктів в бренд-менеджменті; комунікації в бренд-менеджменті; бренд-медіа.

Основна увага приділяється наданню систематизованих теоретичних знань і набуття практичних навичок з обґрунтування, прийняття, та реалізації управлінських рішень в сфері управління брендами, системного управління діяльністю суб'єктів міжнародного бізнесу у сфері брендингу в глобальному маркетинговому просторі.

У результаті опанування дисципліни здобувачі будуть уміти:

- використовувати знання в області формування концептуальних проєктних підходів до вирішення завдань розвитку процесів управління брендами на різних рівнях, орієнтації цих процесів на досягнення кінцевих результатів з мінімальними витратами часу та ресурсів;
- використовувати методологію проєктного бренд-менеджменту як нового прогресивного інструментарію сфери управління;
- проводити аналіз маркетингової ситуації навколо конкретного бренда;
- брати участь у розробці й прийнятті управлінських рішень щодо формування, планування, розвитку бренда, побудови архітектури бренда та контролю рівня його розвитку;
- навички щодо проведення аудиту бренда та аудиту бренд-менеджменту.