

## МЕНЕДЖМЕНТ ТУРИСТИЧНОГО БРЕДИНГУ

**Мета курсу** є формування системи знань та навичок щодо технологій створення та управління брендами як важливими нематеріальними активами підприємств туристичного бізнесу; створення і просування брендів, формування мислення в аспектах ефективного управління брендами, розробці та підтримці брендovих стратегій туристичного підприємства.

**Міжпредметні зв'язки.** Курс «Менеджмент туристичного брендингу» має безпосередній зв'язок із такими дисциплінами, як: «Управління якістю туристичних послуг», «КРІ в галузі туризму», «Стратегічний менеджмент і маркетинг» тощо.

**Процес вивчення дисципліни спрямований на формування таких компетентностей:** аналізу понять бренд-менеджменту та сучасних тенденцій у цій галузі знань; опанування методологічного апарату побудови архітектури і портфеля брендів; отримання концептуальних знань про створення сильних брендів; набуття здатностей до творчого пошуку напрямів удосконалення управління брендом в діяльності підприємств готельно-ресторанного та туристичного бізнесу.

### **Програмні результати навчання:**

**знати:** визначення і сутність понять «бренд» і «брендинг»; особливості створення бренду та оцінка його потенціалу; організацію робіт з брендингу; особливості формування бренду організацій і різноманітних послуг у туристичній сфері;

**вміти:** розробити фірмовий стиль організації туристичної сфери; застосовувати аналітичні прийоми формування бренд-менеджменту за сферами діяльності; використовувати методичні підходи до моделювання брендів з врахуванням особливостей споживчої поведінки; застосовувати практичні навички розробки бренд-стратегій підприємства залежно від ринкових умов; засвоювати основні концепції та принципи позиціонування бренду;

**володіти:** професійними знаннями щодо технології розробки фірмового стилю організації туристичної сфери; навиками моделювання в управлінні брендингом; методичним інструментарієм маркетингових досліджень у бренд-менеджменті на туристичному підприємстві.

### **Зміст навчальної дисципліни:**

Знання та вміння у межах тематики дисципліни необхідні майбутнім менеджерам для набуття практичних вмінь з бренд-менеджменту для підвищення ефективності діяльності туристичного підприємства. Опанування змісту навчальної дисципліни повинно сприяти розумінню сутності та інструментів бренд-менеджменту, а також вміння ефективно управляти

брендами в стратегічному розвитку туристичних підприємств, які передбачають дослідження зовнішнього і внутрішнього середовища, взаємовідносин зі споживачами, силу й активність конкурентної боротьби на туристичному підприємстві.

Сьогодні найсучаснішою маркетинговою технологією є технологія впровадження брендингу. Елементами брендингу є просування бренду, реклама, логотипи та інше. Бренд асоціюється з позитивним іміджем та привертає увагу інвесторів, представників влади тощо. Створення та використання брендингу туристичної галузі дає можливість підприємству стабільно розвиватись. Але повинні бути чітко прораховані витрати на створення брендингу та визначені критерії і результати, які підтверджують ефективність маркетингових затрат. Проте, доцільно зазначити, що витрати для створення бренду туристичного підприємства повинні бути економічно обґрунтованими та визначені показники, які підтверджують ефективність та результативність проведених витрат на застосування маркетингових заходів.

**Обсяг вивчення навчальної дисципліни:** 3 кредити ЄКТС, загальний обсяг 90 годин, у т.ч. – 36 годин аудиторних занять і 54 годин – самостійна та індивідуальна робота.

**Форма семестрового контролю:** залік.