**Електронні навчально-методичні видання**

**у вигляді збірників («хрестоматій») статей та уривків з наукових видань, які є об’єктом вивчення в рамках навчальних дисциплін відповідно до затвердженої навчальної програми**

**підготовки бакалаврів і магістрів**

(згідно з розпорядженням Науково-дослідної частини № 03-21 від 05.05. 2017 р.)

Дисципліна \_Бренд-менеджмент\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Спеціальність \_Маркетинг\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

ОКР \_\_магістр\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Кафедра \_менеджменту і маркетингу\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

факультет \_\_економічний\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Викладач \_\_Шурпа Світлана Ярославівна\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

E-mail\_\_tekram@ukr.net\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

1. Стаття 1. Внутрішній бренд-менеджмент невід’ємна частина організаційної культури підприємств торгівлі.Ю.В. Гайдай

2. Стаття 2. Стратегія просування туристичного бренда країни. О. В. Музиченко-Козловська

3. Стаття 3. Економічна цінність міжнародного туристичного бренду країни. К.В. Кучеренко

4. Стаття 4. Територіальна громада в управлінні територіями (політика брендингу міст). Т.Л. Нагорняк

5. Стаття 5. Формування бренду в сучасних умовах товарного ринку. А.О. Какодей

6. Стаття 6. Формування бренд-орієнтованої системи управління промисловим підприємством. Н.В. Івашова

7. Стаття 7. Бренд-імідж підприємства на споживчому ринку. О.В. Булгакова

8. Монографія 1. Бренди промислових підприємств: формування та фективність використання Ястремська О. М. Тімонін О. М. Тімонін К. О.

9. Монографія 2. Войны брендов. Дэвид Д`Алессандро

10. Монографія 3. Современный брендинг. С.В. Карпова