

**АНОТАЦІЯ ВИБІРКОВОГО КОМПОНЕНТА
«БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТ У СФЕРІ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я»**

Кафедра, яка забезпечує викладання	кафедра менеджменту та маркетингу
Спеціальність	I2 «Медицина»
Рівень вищої освіти	другий (магістерський) рівень
Курс	другий курс
Обсяг (кредити ЄКТС)	3,0 кредити
Мова викладання	українська
Пререквізити (вимоги до початку вивчення освітнього компонента)	-
Предметна галузь (що буде вивчатись) та основні завдання	<p><i>Предметом</i> вивчення освітнього компонента є методи, процеси і дії суб'єктів сфери охорони здоров'я зі створення брендів і управління їхніми активами.</p> <p><i>Основні завдання освітнього компонента:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – ознайомитися з поняттям, сутністю та роллю бренд-менеджменту у сфері охорони здоров'я; – вивчити специфіку бренду як об'єкта управління закладу охорони здоров'я; – розглянути основні атрибути бренду, їх значення та застосування в медичній практиці; – засвоїти принципи побудови архітектури та формування портфелів брендів у системі охорони здоров'я; – освоїти методики розробки практичної структури бренду в закладах охорони здоров'я; – ознайомитися з системою управління розвитком бренду та її ключовими компонентами; – вивчити організаційні аспекти бренд-менеджменту та механізми контролю якості управління брендом; – засвоїти стратегічні підходи до розвитку бренду та управління його конкурентоспроможністю; – вивчити особливості формування персонального бренду лікаря у системі корпоративного бренду закладу; – ознайомитися з інструментами діджиталізації у бренд-менеджменті закладів охорони здоров'я.
Практичні навички, які можна здобути, можлива сфера їх застосування	<p><i>Вміти:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – аналізувати стан і позиціонування бренду закладу охорони здоров'я на ринку; – розробляти практичні рекомендації щодо формування та управління брендом; – розробляти практичні рекомендації щодо формування та управління брендом; – формувати архітектуру брендів відповідно до стратегічних цілей закладу; – впроваджувати систему контролю за дотриманням стандартів бренду; – формувати та просувати персональний бренд медичного фахівця у взаємодії з корпоративним брендом; – використовувати цифрові інструменти для управління брендом і комунікації з аудиторією.
Форма підсумкового контролю	залік
Інформаційне забезпечення (посилання на інформаційні ресурси кафедри)	https://new.vnmu.edu.ua/department/64/content/5345
Контактна інформація	mgmt@vnmu.edu.ua, +3 8 098 08 56 008 вул. Пирогова, 56 (морфологічний корпус), 1 поверх, каб. 61а