

**УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ
КАФЕДРА МЕНЕДЖМЕНТУ**

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
МАГІСТРА**

на тему

**«Формування системи стратегічного
управління брендом у контексті
маркетингової стратегії»**

Виконав: здобувач II курсу, групи БАmba-23
Спеціальності 073 «Менеджмент»
Устименко К. В.

Керівник: Мішустіна Т. С., к.е.н., доцент,

**Дніпро
2025**

АНОТАЦІЯ

Устименко К. В. Формування системи стратегічного управління брендом у контексті маркетингової стратегії.

У роботі розглянуто теоретичні підходи до стратегічного управління брендом у контексті маркетингової стратегії. Досліджено сучасні концепції та моделі стратегічного управління брендом. Проведено організаційно-економічну характеристику медичного центру «Family Vision». Проаналізовано поточну маркетингову стратегію та фактичний стан системи управління брендом. Проведено комплексний аналіз зовнішнього та внутрішнього середовища функціонування медичного закладу, у межах якого здійснено бенчмаркінговий аналіз, бренд-аудит та оцінку капіталу бренду. На основі отриманих результатів сформовано концепцію системи стратегічного управління брендом у контексті маркетингової стратегії медичного закладу, запропоновано підхід до її впровадження та розроблено систему критеріїв оцінювання ефективності й механізми моніторингу реалізації цієї системи.

Ключові слова: бренд, стратегічне управління брендом, система стратегічного управління брендом, маркетингова стратегія, бренд-менеджмент

SUMMARY

Ustymenko K. V. Development of a Strategic Brand Management System in the Context of a Marketing Strategy.

The paper explores theoretical approaches to strategic brand management within the framework of a marketing strategy. Contemporary concepts and models of strategic brand management are examined. The study provides an organizational and economic overview of the medical center «Family Vision». The current marketing strategy and the actual state of brand management are analyzed. A comprehensive analysis of the external and internal environment of the medical institution is conducted, including benchmarking, a brand audit, and an evaluation of brand equity. Based on the obtained results, a conceptual model of a strategic brand management system aligned with the marketing strategy of the medical institution is developed. The paper also proposes an implementation approach and presents a system of performance evaluation criteria and monitoring mechanisms for the implementation of this system.

Keywords: brand, strategic brand management, strategic brand management system, marketing strategy, brand management.

ЗМІСТ

ВСТУП	7
.....	
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ БРЕНДОМ У КОНТЕКСТІ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ	12
1.1. Поняття та сутність стратегічного управління брендом та його роль у маркетинговій стратегії	12
1.2. Концепції та моделі стратегічного управління брендом	22
1.3. Особливості формування системи стратегічного управління брендом у сфері медичних послуг	33
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СТАНУ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ БРЕНДОМ У КОНТЕКСТІ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ МЕДИЧНОГО ЦЕНТРУ «FAMILY VISION».....	47
2.1. Організаційно-економічна характеристика медичного центру «Family Vision»	47
.....	47
2.2. Аналіз маркетингової стратегії та системи управління брендом медичного центру «Family Vision»	57
2.3. Аналіз зовнішнього та внутрішнього середовища медичного центру «Family Vision»	65
РОЗДІЛ 3. ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ БРЕНДОМ У КОНТЕКСТІ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ МЕДИЧНОГО ЦЕНТРУ «FAMILY VISION»	91
3.1. Концепція формування системи стратегічного управління брендом	91
3.2. Впровадження системи стратегічного управління брендом	102
3.3. Оцінка ефективності та моніторинг реалізованої системи	116
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ	125
ДОДАТКИ	128
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	137