Zakres tematyczny szkolenia „WYCENA MARKI” 19.10.2019r.

1. **Marka jako aktywo niematerialne** – perspektywa rachunkowości (standardy rachunkowości). Definicja i rodzaje aktywów niematerialnych. Perspektywa ekonomiczna marki. Inne pojęcia, w tym kapitał intelektualny. Marka jako źródło i element przedsiębiorstwa – w nawiązaniu do koncepcji wartości dla akcjonariuszy i do czynników ją kształtujących.
2. **Wartość marki.** Definicja i rodzaje wartości. Co wpływa na wartość marki. Przykładowe najbardziej znane i najdroższe marki na świecie i w Polsce (ranking marek).
3. **Badanie historii przykładowej marki .** Zwiedzanie Muzeum Browaru Żywieckiego.
4. **Proces wyceny marki** i przegląd metod wyceny.
5. **Podejście kosztowe**, metody, ilustracja liczbowa, wady i zalety podejścia kosztowego. **Podejście rynkowe**,metody, ilustracja liczbowa, wady i zalety podejścia rynkowego.
6. **Podejście dochodowe**, wybrane metody wyceny dochodowej (identyfikacja premii cenowej, założenie zwolnienia z opłat licencyjnych, metoda wielookresowych nadmiarowych korzyści). Przykład wyceny. Zalety i wady podejścia dochodowego. Podsumowanie i wnioski.