|  |  |
| --- | --- |
|  | **Брендинг** |
| **Рівень вищої освіти** | Бакалавр |
| **Обсяг дисципліни** | 120 годин /4 кредити ЄКТС |
| **Мова викладання** | українська |
| **Мета викладання** | Освоєння теоретичних та практичних основ брендингу, розвиток ключових компетенцій в області створення та управління брендом, оволодіння навиками соціологічного аналізу бренду; навчити приймати ефективні стратегічні та практичні рішення щодо створення та розвитку бренду. |
| **Результати навчання** | В результаті вивчення курсу студенти будуть знати: структуру, зміст, сутність та основні технології створення бренду; зміст комунікативної проблематики та її прояви у процесі створення та функціонування бренду; розвиток брендів у просторі та часі й схеми їх аналізу; культурні та ментальні особливості бренду; про роль та значення ефективності брендового впливу на аудиторію; основні тенденції розвитку сучасного брендингу.  В результаті вивчення курсу студенти будуть вміти: аналізувати бренд та брендинг за допомогою категорій, понять, термінів соціології та комунікативістики; застосовувати на практиці раціональні стратегії та тактики управління брендом; аналізувати бренд через призму формування лояльності та довіри; аналізувати індивідуальність бренду, сегментування та позиціювання бренду; планувати, організовувати та проводити різні комунікативні компанії по побудові бренду; - оцінювати розвиток бренду у просторі та часі. |
| **Організація навчання** | Види занять: лекції, практичні заняття |

|  |  |
| --- | --- |
|  | **Branding** |
| **Educational level** | Bachelor`s Degree |
| **Scope of the discipline** | 120 hours / 4 credits ECTS |
| **Teaching language** | Ukrainian |
| **Goal of study** | Mastering the theoretical and practical foundations of branding, developing key competencies in the field of brand creation and management, mastering the skills of sociological analysis of the brand; Learn to take effective strategic and practical decisions to create and develop your brand. |
| **Learning outcomes** | As a result of completing the course, students will know: the structure, structure, essence and basic technologies created by the brand; Instead of communicative problems, the process will improve the functioning of the brand; development of brands in the space and timely schemes of their analysis; cultural and mental characteristics of the brand; about the role and significance of the brand’s effectiveness in influencing the audience; main trends in the development of daily branding.  As a result of completing the course, students will be able to: analyze brand and branding by category, understand the terms of sociology and communication science; put into practice rational strategies and tactics of brand management; analyze the brand through the prism of building loyalty and trust; analyze brand personality, segmentation and brand position; plan, organize and conduct various communication campaigns based on the brand; - evaluate the development of the brand in the open space and time. |
| **Organization of training** | Types of classes: lectures, practical classes. |