


**Опис вибіркової навчальної дисципліни
«Бренд-комунікації»**

| | |
|-----------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Код та назва дисципліни українською мовою/ Назва дисципліни англійською мовою | 2-061-1-02 Бренд-комунікації / Brand communications |
| Рекомендується для галузі знань (спеціальності, освітньої програми) | 061 Журналістика 029 Інформаційна, бібліотечна та архівна справа |
| Кафедра | реклами та зв'язків з громадськістю |
| П.І.П. НПП (за можливості) | канд. філол. наук, доц. Іванова Світлана Анатоліївна канд. наук із соц. ком. Мироненко Владлена Вячеславівна |
| Рівень ВО | другий (магістерський) |
| Курс, семестр (в якому буде викладатись) | 1 курс, 2 семестр |
| Мова викладання | українська |
| Пререквізити (передумови вивчення дисципліни) | знання з професійно-орієнтованих дисциплін спеціальностей 061 та 029 |
| Що буде вивчатися | Сутність та зміст бренд-менеджменту; поняття бренду з точки зору маркетингу та психології споживача; структура, зміст, атрибути бренда; основні тенденції брендингу в сучасному світі; комунікації у процесі формування бренду. |
| Чому це цікаво/треба вивчати | Важливою метою багатьох компаній є міцна база лояльних споживачів і сильна присутність бренду на ринку. Бренд-комунікації – це один із основних інструментів формування будь-якої інституції. Бренд передає меседжі у світ усіма доступними для нього засобами: текстом, звуком, ароматом, вивіскою, кольорами, тактильними предметами, поведінкою. Усе, з чим певним чином взаємодіє аудиторія (вербально та невербально), є проявом бренду, його комунікацією. |
| Чого можна навчитися (результати навчання) | Розуміння концепції комунікацій бренду, іміджу бренду та довіри до бренду, а також того, як фахівці застосовують їх для підвищення лояльності до бренду. |
| Як можна користуватися набутими знаннями і уміннями (компетентність) | Розробляти комунікаційні стратегії просування брендів, формувати систему комунікацій брендів, використовувати різні типи медіа у формуванні брендів організацій/компаній. |
| Інформаційне забезпечення | Навчально-практичний посібник з навчальної дисципліни «Бренд-комунікації» для здобувачів вищої освіти другого (магістерського) рівня спеціальності 061 Журналістика. Історико-теоретичні аспекти бренд-комунікацій. Частина 1 / Автори-укладачі: С. А. Іванова, В. В. Мироненко – Дніпро: Грані, 2024. 64 с. https://www.researchgate.net/publication/379823794_Brend-komunikacii |
| Види навчальних занять | лекції, практичні заняття |
| Вид семестрового контролю | диференційований залік |
| Максимальна кількість здобувачів на семестр | без обмежень |
| Мінімальна кількість здобувачів (тільки для мовних, творчих дисциплін, за необхідності) | |

Декан факультету _____



Оксана КИРИЛОВА