

Код та назва дисципліни українською мовою / Назва дисципліни англійською мовою	2-B13-02 Цифровий брендинг/ Digital branding
Рекомендується для галузі знань (спеціальності, освітньої програми)	B13 Бібліотечна, інформаційна та архівна справа C7 Журналістика
Кафедра (зазначити повну назву кафедри)	Медіакомунікацій та комунікаційних технологій
П.І.Б. НПП (за можливості)	
Рівень ВО	2 (магістерський)
КУРС, семестр (в якому буде викладатись)	Курс: 1, семестр: 2
Мова викладання	Українська
Пререквізити (передумови вивчення дисципліни)	Базові користувацькі уявлення про комунікацію в Інтернеті, базові знання з української та англійської мов
Чому це цікаво/треба вивчати	Набуті навички дозволяють вистроювати ефективну інтернет-комунікацію для бренду, компанії або закладу
Перелік тем з дисципліни	Основи цифрового брендингу Стратегія цифрового брендингу Цифрова ідентичність бренду Голос бренду та контент-стратегія Цифрові канали комунікації бренду Управління репутацією бренду онлайн Цифрові інструменти та технології брендингу Вимірювання ефективності цифрового брендингу Інтеграція цифрового та традиційного брендингу Тенденції та майбутнє цифрового брендингу
Як можна користуватися набутими знаннями і уміннями (компетентність)	Набуті компетентності дозволяють вести ефективну онлайн-комунікацію бренду в будь-якій галузі
Очікувані результати навчання	Здобувачі володіють навичками роботи з графічними редакторами та дизайнерськими інструментами, використання систем управління контентом для брендингу, моніторингу репутації бренду за допомогою спеціалізованих інструментів, створення брендингових матеріалів для різних цифрових платформ, проведення аналізу ефективності цифрових брендингових кампаній, розробки гайдлайнів для цифрового використання бренду
Інформаційне забезпечення	Грабовенко Є. В., Косенко О. П. Брендинг у маркетинговій діяльності підприємства : thesis. 2013. URL: http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/48693 Daniel Rowles. Digital Branding: A Complete Step-by-Step Guide to Strategy, Tactics, Tools and Measurement/ Kogan Page: January 25, 2022. 232 p. Янковець Т. Цифровий маркетинг брендів у соціальних медіа. International scientific-practical journal commodities and markets. 2024. Т. 49, № 1. С. 27–52. URL: https://doi.org/10.31617/2.2024(49)02

Види навчальних занять (<i>лекції, практичні, семінарські, лабораторні заняття тощо</i>)	Лекції та практичні заняття
Вид семестрового контролю	Диференційований залік
Максимальна кількість здобувачів на семестр/ Мінімальна кількість здобувачів (<i>тільки для мовних, творчих дисциплін, за необхідності</i>)	Необмежена

Декан факультету

Оксана КИРИЛОВА