

Бренд-комунікації

Код та назва дисципліни українською мовою/ Назва дисципліни англійською мовою	2-С7-1-02 Бренд-комунікації / Brand communications
Рекомендується для галузі знань (спеціальності, освітньої програми)	С7 Журналістика В13 Інформаційна, бібліотечна та архівна справа
Кафедра	реклами та зв'язків з громадськістю
П.І.П. НПП (за можливості)	канд. філол. наук, доцент Іванова Світлана Анатоліївна канд. наук із соц. ком. Мироненко Владлена Вячеславівна
Рівень ВО	другий (магістерський)
Курс, семестр (в якому буде викладатись)	1 курс
Мова викладання	українська
Пререквізити (передумови вивчення дисципліни)	знання з професійно-орієнтованих дисциплін спеціальностей С7 (061) та В13 (029)
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 в 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.
Перелік тем з дисципліни	Тема 1. Сутність та зміст бренд-менеджменту. Тема 2. Поняття бренду з точки зору маркетингу та психології споживача. Тема 3. Структура, зміст, атрибути бренда. Тема 4. Основні тенденції брендингу в сучасному світі. Тема 5. Комунікації у процесі формування 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.
Очікувані результати навчання	Розуміння концепції комунікацій бренду, іміджу бренду та довіри до бренду, а також того, як фахівці застосовують їх для підвищення лояльності до бренду.
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, семінарські, лабораторні заняття тощо)	лекції, практичні заняття
Вид семестрового контролю	диференційований залік
Максимальна кількість здобувачів на семестр/ Мінімальна кількість здобувачів (тільки для мовних, творчих дисциплін, за необхідності)	без обмежень

Декан факультету _____ Оксана КИРИЛОВА