



АНОТАЦІЯ

Назва дисципліни	Брендинг
Освітня програма	Економічна кібернетика
Компонент освітньої програми	Вибірковий
Загальна кількість кредитів та кількість годин для вивчення дисципліни	3 кредити / 90 годин
Вид підсумкового контролю	залік
Мова викладання	українська
Викладач	Панюк Тетяна Петрівна
CV викладача на сайті кафедри	https://www.rshu.edu.ua/kafedry-fdkmttf/121-personalii/1248-paniuk-tetiana-petrivna
E-mail викладача:	tetiana.paniuk@rshu.edu.ua
Консультації	Очні та online консультації згідно з графіком консультацій

Мета та завдання навчальної дисципліни

Мета полягає у формуванні у студентів теоретичних знань та практичних навичок щодо створення, розвитку та управління брендами. Основна ціль – навчити ефективно використовувати брендинг як стратегічний інструмент для побудови іміджу, підвищення конкурентоспроможності та цінності компанії чи продукту на ринку.

Завданням навчальної дисципліни є:

Ознайомлення з основами брендингу: визначення поняття бренду, його структури та функцій; розуміння відмінності між брендом, товаром і торговою маркою.

Формування знань про створення бренду: дослідження цільової аудиторії та позиціонування бренду; розробка ідей, концепцій та ідентичності бренду.

Вивчення інструментів брендингу: основи візуальної ідентифікації (логотип, кольори, шрифти); роль комунікацій у просуванні бренду (реклама, PR, соціальні мережі).

Опанування методів управління брендом: моніторинг та оцінка впізнаваності бренду; стратегії розвитку та підтримки лояльності до бренду.

Практичне застосування брендингових стратегій: вміння будувати бренди на різних ринках; розробка плану просування та стратегії управління брендом.

Аналіз успішних брендів: вивчення кейсів провідних світових і локальних брендів; аналіз факторів успіху та невдач у брендингу.

Дисципліна «Брендинг» готує фахівців, здатних мислити стратегічно, креативно та адаптуватися до швидких змін ринку, забезпечуючи ефективний розвиток бренду в умовах глобалізації та високої конкуренції.

Згідно з вимогами Стандарту вищої освіти за спеціальністю Економіка та освітньо-професійної програми «Економічна кібернетика» РДГУ дисципліна забезпечує набуття здобувачами вищої освіти таких загальних та фахових компетентностей.

Загальні компетентності:

ЗК12. Навички міжособистісної взаємодії.

ЗК13. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.

Спеціальні компетентності:

СК2. Здатність здійснювати професійну діяльність у відповідності з чинними нормативними та правовими актами.

СК5. Розуміння особливостей сучасної світової та національної економіки, їх інституційної структури, обґрунтування напрямів соціальної, економічної та зовнішньоекономічної

політики держави.

Очікувані результати навчання.

У результаті вивчення навчальної дисципліни здобувач вищої освіти повинен:

P15. Демонструвати базові навички креативного та критичного мислення у дослідженнях та професійному спілкуванні.

17. Виконувати міждисциплінарний аналіз соціально-економічних явищ і проблем в одній або декількох професійних сферах з врахуванням ризиків та можливих соціально-економічних наслідків.

P21. Вміти абстрактно мислити, застосовувати аналіз та синтез для виявлення ключових характеристик економічних систем різного рівня, а також особливостей поведінки їх суб'єктів.

Зміст навчальної дисципліни

Модуль 1

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1. ОСНОВНІ ЗАСАДИ БРЕНДИНГУ КОМПАНІЇ

Тема 1. Сутність цілі та завдання брендингу в діяльності ринкового суб'єкта

Тема 2. Історія розвитку і становлення брендингу.

Тема 3. Формування бренду в сучасних умовах товарного ринку.

Тема 4. Особливості поведінки споживачів у процесі купівлі товарів і послуг визначених брендів

Модуль 2

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 2. ОСОБЛИВОСТІ ПРОСУВАННЯ ТА УПРАВЛІННЯ БРЕНДОМ КОМПАНІЇ

Тема 5. Підготовчий етап брендингу

Тема 6. Конструювання ідентичності бренду

Тема 7. Технології брендингу

Тема 8. Комунікаційна кампанія бренду

Тема 9. Формування та підтримка лояльності до бренду

Тема 10. Аналіз ефективності брендингу