

БРЕНДИНГ У ЦИФРОВОМУ СЕРЕДОВИЩІ (ВК1)

<i>Семестр</i>	4
<i>Освітньо-професійний ступінь</i>	Фаховий молодший бакалавр
<i>Кількість кредитів ЄКТС</i>	3
<i>Форма контролю</i>	Залік
<i>Аудиторні години</i>	40 (26 год. лекцій, 14 год. семінарських занять)

Загальний опис дисципліни

У сучасному цифровому світі бренд є одним із ключових активів будь-якої організації. Завдяки розвитку соціальних мереж, онлайн-платформ і цифрових технологій процес формування бренду зазнав суттєвих змін: він став більш динамічним, інтерактивним і залежним від взаємодії з аудиторією.

Актуальність дисципліни зумовлена необхідністю підготовки фахівців, здатних створювати, розвивати та управляти брендом у цифровому середовищі, формувати довіру споживачів, забезпечувати впізнаваність і конкурентні переваги. Вивчення курсу дозволяє оволодіти сучасними інструментами digital-брендингу, аналізу аудиторії та управління репутацією.

Мета: сформувати у здобувачів освіти систему знань і практичних навичок щодо створення, позиціонування та розвитку бренду в цифровому середовищі.

Завдання:

- вивчити особливості цифрового брендингу;
- сформувати навички розробки бренд-стратегії;
- оволодіти інструментами просування бренду онлайн;
- сформувати навички управління репутацією бренду.

Майбутній фахівець повинен мати наступні компетенції:

Загальні компетентності	<p>ЗК3.Здатність спілкуватися державною мовою як усно, так і письмово.</p> <p>ЗК4.Здатність спілкуватися іноземною мовою.</p> <p>ЗК5.Здатність застосовувати знання в практичних ситуаціях.</p> <p>ЗК6.Здатність використовувати інформаційні та комунікаційні технології.</p> <p>ЗК7.Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.</p>
Спеціальні компетентності:	<p>СК1. Розуміння принципів і норм права та використання їх у професійній діяльності.</p> <p>СК8. Здатність працювати в команді та налагоджувати міжособистісну взаємодію під час розв'язання професійних завдань.</p> <p>СК9. Здатність проводити економічні розрахунки.</p> <p>СК 10. Розуміння принципів психології та використання їх у професійній діяльності.</p>

Здобуті знання і вміння відображені в результатах навчання

Результати навчання	<p>РН 3. Володіти державною та іноземною мовами у професійній діяльності.</p> <p>РН 6. Використовувати сучасні інформаційні і комунікаційні технології для вирішення професійних завдань.</p> <p>РН 8. Знаходити оптимальні, обґрунтовані, творчі рішення для розв'язування професійних завдань.</p> <p>РН 11. Здійснювати пошук, збирання, оброблення й аналізування інформації у професійній діяльності.</p>
----------------------------	--

Теми лекцій:

- 1 Сутність бренду та його роль у сучасному бізнесі
- 2 Елементи бренду: ідентичність, імідж, позиціонування
- 3 Цифрове середовище як платформа для розвитку бренду
- 4 Цільова аудиторія та бренд-комунікації
- 5 Візуальна ідентичність бренду (логотип, кольори, стиль)
- 6 Контент-брендинг і тон комунікації
- 7 Соціальні мережі як інструмент брендингу
- 8 Персональний брендинг у цифровому середовищі
- 9 Digital-інструменти просування бренду
- 10 Управління репутацією бренду онлайн
- 11 Бренд-стратегія та її реалізація
- 12 Оцінка ефективності брендингу

Теми семінарських занять:

- 1 Аналіз успішних брендів у цифровому середовищі
- 2 Визначення цільової аудиторії та створення портрета бренду
- 3 Розробка елементів візуальної ідентичності
- 4 Формування контент-стратегії бренду
- 5 Планування присутності бренду в соціальних мережах
- 6 Оцінювання репутації бренду та робота з відгуками
- 7 Розробка концепції цифрового бренду