




Силабус навчальної дисципліни
«СОЦІОЛОГІЯ БРЕНДІНГУ»
Спеціальність: 054 «Соціологія»
Галузь знань: 05 «Соціальні та поведінкові науки»

Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Статус дисципліни	Навчальна дисципліна вибіркового компонента фахового переліку
Семестр	Осінній семестр
Обсяг дисципліни, кредити ЄКТС/загальна кількість годин	3 кредити/90 годин
Мова викладання	Українська
Що буде вивчатися (предмет навчання)	Особливості та тенденції розвитку брендингу як соціальної теорії та практики в умовах розвитку інформаційного суспільства
Чому це цікаво/потрібно вивчати (мета)	Курс спрямований на ознайомлення студентів з основними принципами формування системи знань з теоретичних основ соціології брендингу, освоєння сучасних стратегій, технологій, форм і методів брендингової діяльності, спрямованої на просування і посилення конкурентоспроможності товарних, послугових, корпоративних, особистісних брендів.
Чому можна навчитися (результати навчання)	- Розуміння сутності, функцій і механізмів брендингу як соціальної системи в сучасному суспільстві та її складових; <ul style="list-style-type: none"> • засвоєння основних особливостей сучасного суспільства, його стану і розвитку, причинно-наслідкові зв'язки взаємовпливу брендів і сучасного суспільства; • оволодіння навичками підготовки комунікаційного процесу щодо реалізації комплексних програм та окремих кампаній в сфері брендингової діяльності.
Як можна користуватися набутими знаннями і вміннями (компетентності)	Знання, отримані в результаті вивчення дисципліни, дозволяють студенту набути таких компетентностей: здатність використовувати понятійний апарат та методологічний інструментарій соціології в дослідженнях сучасних комунікаційних процесів; вміння здійснювати аналіз комунікативних практик та процесів; формування навичок планування і реалізації рекламних та інформаційних кампаній та спеціальних заходів.

Навчальна логістика	<p>Зміст дисципліни: Історія становлення та розвиток брендінгу як соціального явища. Соціальна складова бренду та процесу брендінгу. Поняття «бренд», «торгівельна марка»: зміст та сутність. Типологія брендів. Портфель брендів та його архітектура. Процес розробки бренду: особливості та етапи. Бренд-менеджмент як управлінська діяльність. Розвиток лояльності до бренду в цільових аудиторіях. Стратегічні можливості просування і зміцнення бренду. Характеристика та специфіка брендінгу організацій та особистостей.</p> <p>Види занять: лекції, семінарські.</p> <p>Методи навчання: навчальна дискусія, пояснювально-ілюстративний метод, метод мозкового штурму, робота в малих групах, метод конкретної ситуації, онлайн.</p> <p>Форми навчання: очна, заочна, дистанційна.</p>
Пререквізити	Знання з філософії, загальні та фахові знання, отримані на першому (бакалаврському) рівні вищої освіти.
Пореквізити	Знання з навчальної дисципліни можуть бути використані під час написання магістерської роботи.
Інформаційне забезпечення з фонду та репозитарію НТБ НАУ	<p>Науково-технічна бібліотека НАУ:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Щегельська Ю. Національний брендінг та практика позиціонування Польщі на міжнародній арені в період підготовки до вступу в ЄС. – Київ, 2006. – : №5. – С. 215-224. 2. Зимбалевська Ю. В., Яцишина Л. К. Тенденції та перспективи розвитку української галузі глобальних брендів/ Ю. В. Зимбалевська, Л. К. Яцишина. Економіка та держава – Київ, 2010. – : № 10. – С. 90-92. 3. Антонюк О. Бренд держави: особливості формування національного бренду/ О. Антонюк. Маркетинг в Україні – Київ, 2010. – : № 5. – С. 52-54. 4. Трач О.Ю., Карий О.І. Імідж, бренд та репутація: їх взаємозв'язок і вплив на розвиток територій, організацій та окремих осіб. Вісник Національного університету "Львівська політехніка" – Львів, 2011. – : № 706. – С. 182-186. 5. Бернадская Ю. С. Текст в рекламе: учебное пособие. – Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2009. – 288 с. 6. Телстов О. С. Маркетинг у промисловості: підручник для студентів вищих навчальних закладів. – Київ: Центр навч. літ-ри, 2004. – 248 с.
Локація та матеріально-технічне забезпечення	Аудиторія теоретичного навчання, проектор.
Семестровий контроль, екзаменаційна методика	Залік, тестування.
Кафедра	Соціології та політології.
Факультет	Лінгвістики та соціальних комунікацій.

Викладач(и)	 <p>ЛИТОВЧЕНКО ІРИНА ВАСИЛІВНА Посада: доцент Науковий ступінь: кандидат філософських наук Вчене звання: доцент Профайл викладача:</p> <p>http://www.lib.nau.edu.ua/naukpraci/teacher.php?id=%20%20%20%20%2011625 Тел.: (044) 406-71-53 E-mail: iryna.lytovchenko@npp.nau.edu.ua Робоче місце: 8.707</p>
Оригінальність навчальної дисципліни	Авторський курс.
Лінк на дисципліну	Google Classroom. Код класу f7b344h