



Силабус навчальної дисципліни
«Бренд-дизайн і комунікаційні технології»

Спеціальність	D5 «Маркетинг» B2 «Дизайн»
Освітня програма	Цифровий маркетинг і дизайн
Освітній рівень	Другий (магістерський) рівень вищої освіти
Статус дисципліни	Обов'язкова
Мова викладання	Англійська
Курс / семестр	1 курс, 1 семестр
Кількість кредитів ЄКТС	5
Розподіл за видами занять та годинами навчання	Лекції – 14 год. Практичні – 26 год. Самостійна робота – 110 год.
Форма підсумкового контролю	Екзамен
Кафедра	Кафедра креативного менеджменту і дизайну, ауд.305 першого корпусу, сайт кафедри: https://cmd.hneu.edu.ua/
Викладач (-і)	Близнюк Тетяна Павлівна, д.е.н., професор
Контактна інформація викладача (-ів)	Tetyana.blyznyuk@hneu.net
Дні занять	Лекції: згідно діючого розкладу занять Практичні: згідно діючого розкладу занять
Консультації	Через корпоративну систему Zoom відповідно до графіку консультацій (посилання на сайті ПНС) або індивідуальні через чат в ПНС

Мета полягає у формуванні у здобувачів вищої освіти передових міждисциплінарних компетентностей у сфері створення, управління та комунікації брендів на основі інтеграції стратегічного маркетингу, візуального дизайну та сучасних цифрових технологій. Дисципліна спрямована на розвиток здатності концептуалізувати бренд-ідентичність, розробляти цілісні візуальні системи та реалізовувати ефективні комунікаційні стратегії у традиційному й цифровому середовищі.

Передумови для навчання

Пререквізити	Постреквізити
-	Концептуальне проєктування КУРСОВА РОБОТА: Концептуальне проєктування КОМПЛЕКСНИЙ ТРЕНІНГ: Управління креативними проєктами ПЕРЕДДИПЛОМНА ПРАКТИКА ДИПЛОМНА РОБОТА

Зміст навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1. Концептуальні та креативні основи брендингу

Тема 1. Теоретичні основи брендингу та дизайну бренду

Тема 2. Системи візуальної ідентифікації та стратегія дизайну

Тема 3. Стратегічне управління брендом та його оцінка

Змістовий модуль 2. Технології цифрової комунікації та взаємодія з брендом

Тема 4. Комунікація бренду та сторітеллінг

Тема 5. Цифрові екосистеми та омніканальна комунікація бренду

Тема 6. Комунікація бренду на основі даних та штучного інтелекту



Матеріально-технічне (програмне) забезпечення дисципліни

ПНС ХНЕУ ім. С. Кузнеця, використання корпоративного Zoot

Форми та методи оцінювання

Університет використовує 100 бальну накопичувальну систему оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти.

Поточний контроль здійснюється під час проведення лекційних, практичних (семінарських) занять і має на меті перевірку рівня підготовленості здобувача вищої освіти до виконання конкретної роботи і оцінюється сумою набраних балів.

Підсумковий контроль включає семестровий контроль, який проводиться у формі екзамену.

Максимально можлива кількість балів за поточний контроль упродовж семестру – 60, та мінімально можлива кількість балів – 35, за підсумковий контроль (екзамен) максимально можлива кількість балів – 40 та мінімально можлива кількість балів, – 25.

Поточний контроль включає наступні контрольні заходи: поточні контрольні роботи; компетентні завдання за темами, індивідуальний проєкт.

Більш детальна інформація щодо системи оцінювання та накопичування балів з навчальної дисципліни наведена у робочому плані (технологічній карті) з навчальної дисципліни.

Політики навчальної дисципліни

Викладання навчальної дисципліни ґрунтується на засадах академічної доброчесності.

Порушеннями академічної доброчесності вважаються: академічний плагіат, фабрикація, фальсифікація, списування, обман, хабарництво, необ'єктивне оцінювання. За порушення академічної доброчесності здобувачі освіти притягуються до такої академічної відповідальності: повторне проходження оцінювання відповідного виду навчальної роботи.

Більш детальну інформацію щодо компетентностей, результатів навчання, методів навчання, форм оцінювання, самостійної роботи наведено у Робочій програмі навчальної дисципліни.