

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ «ФАХОВИЙ ПЕРЕДВИЩИЙ
КОЛЕДЖ «ОПТИМА»

	ІНФОРМАЦІЯ ПРО НАВЧАЛЬНУ ДИСЦИПЛІНУ «КОРПОРАТИВНА АЙДЕНТИКА ТА БРЕНДИНГ»
1. Загальна інформація	
Освітня програма, галузь, спеціальність	ОПП «Маркетинг» Галузь знань: Д «Бізнес, адміністрування та право» Спеціальність: D5 «Маркетинг»
Освітньо-професійний ступінь	Фаховий молодший бакалавр
Статус дисципліни (обов'язкова / вибіркова)	Навчальна дисципліна вибіркова
Курс	3
Семестр	6
Обсяг дисципліни, кредити ЄКТС/години	3 кредита ЄКТС/ 90 год
Мова викладання	Українська
2. Коротка анотація до курсу	
Предмет вивчення	Дисципліна спрямована на вивчення процесів формування, розвитку та управління корпоративною айдентикою організації, створення ефективної візуальної та комунікаційної системи бренду, дослідження цільової аудиторії, аналізу конкурентного середовища та позиціонування бренду на ринку з метою підвищення його впізнаваності, конкурентоспроможності та ефективності бренд-комунікацій.
Мета вивчення	Формування у студентів теоретичних знань та практичних навичок у сфері брендингу та корпоративної айдентики, розвиток умінь аналізувати ринок і цільову аудиторію, розробляти стратегію бренду, створювати елементи візуальної айдентики та комунікації бренду, а також оцінювати ефективність бренд-комунікацій у сучасному цифровому середовищі.
Результати навчання	Дисципліна спрямована на підсилення результатів навчання за ОПП: PH 3. Аналізувати ринкові явища та процеси на основі застосування теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності. PH 4. Використовувати сучасні комп'ютерні й телекомунікаційні технології обміну та поширення професійно спрямованої інформації у сфері підприємництва, торгівлі та біржової діяльності. PH 13. Проявляти ініціативу та підприємливість для досягнення професійної мети та підприємливість для досягнення професійної мети.
Компетентності <i>(як можна користуватися набутими знаннями і уміннями)</i>	Дисципліна спрямована на підсилення компетентностей за ОПП: ЗК3 Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях. ЗК4 Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел. ЗК6 Здатність спілкуватися державною мовою як усно, так і письмово. СК 4. Здатність визначати характеристики товарів і послуг у підприємницькій, торговельній та біржовій діяльності.

	СК 6. Брати участь у проведенні досліджень у різних сферах маркетингової діяльності.
3. Навчальна логістика	
Зміст дисципліни (перелік основних тем)	1. Вступ до корпоративної айдентики і аналіз успішних брендів. 2. Елементи корпоративної айдентики і тренди логотипів. 3. Поведінка бренду і брендова історія. 4. Цільова аудиторія й методи її дослідження. 5. Конкуренція й позиціонування бренду. 6. Стратегія бренду і її розробка. 7. Візуальна комунікація бренду. 8. Digital branding і контент-стратегія. 9. Кризовий брендинг і антикризові комунікації. 10. Моніторинг і оцінка ефективності бренду. 11. Етика бренду і соціальна відповідальність. 12. Тренди в брендингу. 13. Розробка підсумкового практичного проєкту.
Види занять (лекції, практичні (семінарські) заняття тощо)	Лекції – 40 год. Практичні роботи – 28 год.
Форма навчання	Очна (дистанційна)
Методи навчання	Поєднання традиційних і нетрадиційних методів навчання з використанням інноваційних технологій: Moodle, Teamse, проблемні та інтерактивні лекції, case-study, вебінари, практичні заняття, відеопрезентації, тести.
Пререквізити (знання на яких базується вивчення дисципліни)	“Іноземна мова”, “Економіка підприємства”
Пореквізити (дисципліни в яких будуть використовуватися отримані знання)	“Маркетинг”
Рекомендована література та інтернет-ресурси	1. <i>Kingsley, M. Brands in the Age of AI: How Artificial Intelligence Is Transforming Branding. — London: Kogan Page, 2023.</i> 2. <i>Шарп, Б. Як зростають бренди. Чого не знають маркетологи. — Київ: Наш Формат, 2021.</i> 3. <i>Ейрі, Д. Лого дизайн. Любов: Посібник зі створення довершеної айдентики бренду. — Київ: ArtHuss, 2020.</i>
Форма семестрового контролю (залік / екзамен)	залік
Система оцінювання набутих здобувачем знань та вмінь	Оцінювання проводиться за 100-бальною шкалою ЄКТС
4. Політика курсу	
Щодо дедлайнів	- усі завдання, передбачені програмою, мають бути виконані у встановлений термін; - самостійна робота включає в себе самостійне опрацювання питань, що стосуються тем лекційних занять, які не ввійшли в теоретичний курс або ж були розглянуті коротко, їх поглиблене опрацювання за рекомендованою літературою, а також виконання завдань з метою закріплення теоретичного матеріалу; - ліквідація заборгованості відбувається протягом 2 тижнів після встановленого терміну; - здобувачі освіти, після завершення аудиторних занять, мають право

	підвищити свій рейтинг за встановленим графіком.	
Щодо академічної доброчесності	<ul style="list-style-type: none"> - списування заборонені (в т.ч. із використанням мобільних девайсів); - під час роботи над завданнями, користуючись Інтернет-ресурсами та іншими джерелами інформації студент зобов'язаний вказати джерело, використане під час виконання завдання; - у разі виявлення факту текстових запозичень більше 30% студент отримує за завдання 0 балів і має повторно виконати завдання, які передбачені даним курсом. 	
5. Інформація про викладачів		
Циклова комісія	Циклова комісія економічних дисциплін	
Викладач		ПІБ викладача: КАЗИМІР О.Ю. Посада: викладач E-mail: k.oleksandra@optima.study
Оригінальність навчальної дисципліни	Авторський курс	