



Силабус дисципліни «Брендинг і PR»

Викладач: Дранус Любов Сергіївна

кандидат економічних наук,
доцент (б.в.з.) кафедри менеджменту
факультету економічних наук ЧНУ ім. Петра Могили

Очікувані результати навчання

В результаті вивчення дисципліни студент

має знати:

- сутність бренду, його структури, значень та розуміння основних комунікативних процесів по створенню та управлінню брендом;
- головні підходи та особливості планування, моделювання, розробки ідентичності бренду;
- сутність та особливості PR-діяльності;

має вміти:

- аналізувати маркетингове середовище;
- застосовувати навички аналітичної, креативної та інноваційної діяльності як по створенню так і по управлінню брендом.
- приймати участь в PR-діяльності;
- застосовувати практичні навички в галузі зв'язків з громадськістю;

Мета: освоєння теоретичних та практичних основ брендингу, розвиток ключових компетенцій в області створення та управління брендом, оволодіння навиками аналізу бренду; формування умінь розроблення стратегії зв'язків з громадськістю, ознайомлення з актуально-практичними та науково-прикладними основами зв'язків з громадськістю.

Оригінальність навчальної дисципліни:

Авторський курс

Зміст дисципліни

- Тема 1. Суть, поняття та розвиток брендингу. Правові засади використання торгових знаків
- Тема 2. Бренд, імідж та репутація: їх взаємозв'язок і вплив на розвиток територій, організацій та окремих осіб
- Тема 3. Функції, види та стратегії бренду
- Тема 4. Методика і практика розробки сильного бренду
- Тема 5. Архітектура брендингу
- Тема 6. Поняття розширення та розтягування бренду
- Тема 7. Основи оцінювання брендингу
- Тема 8. Сучасна концепція паблік рілейшинз у бізнесі
- Тема 9. Паблік рілейшинз у системі управління підприємством
- Тема 10. Засоби масової інформації і їх роль у паблік рілейшнз діяльності підприємства
- Тема 11. Організація роботи підприємства з засобами масової інформації
- Тема 12. Засоби внутрішньо фірмового паблік рілейшнз
- Тема 13. Комплексна система оцінювання іміджу підприємства
- Тема 14. Антикризисовий паблік рілейшнз у бізнесі вищій
- Тема 15. Адаптаційний паблік рілейшнз у бізнесі

Види робіт:

- участь у дискусіях під час обговорення, вирішення ситуаційних завдань, ділові ігри робота в команді – 45 балів
- виконання контрольної роботи – 10 балів
- наукове повідомлення та його презентація – 5 балів

Технічне забезпечення

Проекційне мультимедійне обладнання (проектор, екран, ноутбук/комп'ютер).

Доступ до мережі Internet, точка доступу Wi-Fi.

Політика щодо дедлайнів

Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку.

Політика щодо академічної доброчесності

передбачає самостійне виконання контрольної роботи та підготовку наукового повідомлення, у разі наявності текстових збігів, копіювання, списування або фальсифікації даних робота не зараховується. Списування під час заліку/іспиту (в т.ч. із використанням мобільних пристроїв) заборонено.

Критерії оцінювання лабораторних/практичних/індивідуальних/робіт/ доповідей/проектів

Під час роботи на семінарах оцінюється активна участь під час обговорення та відповідей на питання, володіння теоретичним матеріалом та вміння його використовувати при вирішенні ситуаційних завдань; під час ділової гри та в командній роботі додатково оцінюється вміння розподілити обов'язки та злагоджена робота колективу, вирішення конфліктних ситуацій, що заважають вирішенню завдань; презентації вирішення певних задач

Контрольна робота проводиться письмово в аудиторії та складається з Звідкритих питань, що базуються на лекційному матеріалі

Наукове повідомлення готується за запропонованою тематикою, орієнтовний обсяг 10-15 аркушів формату А4 друкованого тексту (до 10 слайдів презентації). Кількість опрацьованої літератури - не менше ніж 10-15 джерел (крім підручників). Оцінюється: новизна, обґрунтованість вибору джерел літератури, відповідність змісту обраній темі, цілям і завданням, поставленим у вступі, ступінь розкриття теми та вміння презентувати.