



Приватний вищий навчальний заклад
**ІНСТИТУТ ПСИХОЛОГІЇ І
ПІДПРИЄМНИЦТВА**

АНОТАЦІЯ ДО ВИБІРКОВОЇ ОСВІТНЬОЇ КОМПОНЕНТИ «БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТ»

Статус: Дисципліна вільного вибору здобувача

Обсяг дисципліни: 3 кредитів ECTS; 90 годин

Пререквізити: «Психологія соціальних мереж та ефективні комунікації», «Основи ділових переговорів та активних продаж», «Маркетингові комунікації»

Пореквізити: «Лідерство та командна робота»

Метою викладання навчальної дисципліни «Бренд-менеджмент» є надання студентам цілісного уявлення про навчальну дисципліну, що досліджує методи, процеси і дії суб'єктів ринку зі створення брендів і управління їхніми активами; формування у студентів практичних навичок у сфері розробки брендів задля забезпечення довготривалого ринкового успіху інформаційної установи та конкретних брендів.

Основними завданнями вивчення дисципліни «Бренд-менеджмент» є такі: досягти високого рівня теоретичної підготовки, що полягає в засвоєнні головних понять, категорій, дій і процесів бренд-менеджменту; адаптувати отримані знання до практичної діяльності, тобто вміти розробляти структуру бренду, визначати його активи, будувати й упроваджувати бренд-стратегію, оцінювати ефективність брендингу; навчити студентів творчому мисленню, поєднанню набутих знань із знаннями інших дисциплін, знаходити нестандартні підходи до вирішення практичних завдань.

Вивчення дисципліни дає можливість здобути студентам наступні знання:

1. Здатність розв'язувати складні спеціалізовані завдання та практичні проблеми у галузі інформаційної, бібліотечної та архівної справи або у процесі навчання, що передбачає застосування положень і методів інформаційної, бібліотечної та архівної справи і характеризуються комплексністю та невизначеністю умов.

2. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу. ЗК2. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.

3. Знання та розуміння предметної області та професійної діяльності. ЗК6. Навички використання інформаційних і комунікативних технологій.

4. Здатність до пошуку, опрацювання та аналізу інформації з різних джерел.

5. Здатність працювати в команді.

6. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).

7. Здатність здійснювати відбір, аналіз, оцінку, систематизацію, моніторинг, організацію, зберігання, розповсюдження та надання в користування інформації та знань у будь-яких форматах.

8. Здатність підтримувати ділову комунікацію з усіма суб'єктами інформаційного ринку, користувачами, партнерами, органами влади та управління, засобами масової інформації.

9. Здатність впроваджувати інноваційні технології виробництва інформаційних продуктів і послуг, підвищення якості інформаційного обслуговування користувачів інформаційних, бібліотечних та архівних установ.

10. Здатність проектувати та створювати документно-інформаційні ресурси, продукти та послуги.

11. Здатність використовувати PR та інші прикладні соціокомунікаційні технології в умовах сучасної інформаційно-технологічної інфраструктури.

Засвоєння змісту навчальної дисципліни забезпечує формування таких програмних результатів:

1. Застосовувати у професійній діяльності технології інформаційного менеджменту, створення і підтримки функціонування електронних бібліотек та архівів, методологію вивчення та задоволення культурних та інформаційних потреб користувачів.

2. Узагальнювати, аналізувати і синтезувати інформацію в діяльності, пов'язаній із її пошуком, накопиченням, зберіганням та використанням.

3. Здійснювати пошук інформації в різних джерелах для розв'язання професійних завдань.

4. Приймати обґрунтовані управлінські та технологічні рішення.

5. Дотримуватися і реалізовувати основні засади охорони праці та безпеки життєдіяльності.

Кафедра: менеджменту та онтопсихології

Мова викладання: українська

Форми організації навчального процесу: лекції, семінарські та практичні заняття.

Форма підсумкового контролю: залік