

АНОТАЦІЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «Інформаційний брендинг»

№ п/п	Назва поля	Опис
1	Назва дисципліни	Інформаційний брендинг
2	Статус	Професійно-орієнтовані дисципліни
3	Спеціальності	029 – Інформаційна, бібліотечна та архівна справа
4	Мова викладання	українська
5	Семестр викладання	7
6	Кількість - кредитів ЄКТС - академічних годин	3 90 год (лек – 18 год., пр. – 18 год., сам. роб. – 54 год.)
7	Форма підсумкового контролю та наявність індивідуальних завдань	Диференційований залік
8	Кафедра, що забезпечує викладання	Документознавства та інформаційної діяльності
9	Викладач, що планується для викладання	Асистент Лаба О. В.
10	Попередні вимоги для вивчення дисципліни	Інформаційний маркетинг
11	Перелік компетентностей, яких набуває студент після опанування даної дисципліни	<ul style="list-style-type: none"> – Здатність підтримувати ділову комунікацію з усіма суб'єктами інформаційного ринку, користувачами, партнерами, органами влади та управління, засобами масової інформації. – Здатність проектувати та створювати документно-інформаційні ресурси, продукти та послуги. – Здатність використовувати PR та інші прикладні соціокомунікаційні технології в умовах сучасної інформаційно-технологічної інфраструктури.
12	Сфера реалізації компетентностей в майбутній професії	Розвиток інформаційних брендів в Україні є актуальним питанням сьогодення. Нині найбільшою популярністю користуються зарубіжні інформаційні бренди (Apple, Google, Microsoft тощо). В той же час, інформаційний ринок України в цілому, й брендинг в інформаційній сфері, зокрема, перебувають на етапі становлення. Саме тому особливо актуальними є формування усвідомленого й відповідального інформаційного виробництва, обслуговування й споживання в Україні.
13	Особливості навчання на курсі	Контроль вивчення теоретичного матеріалу здійснюється у формі колоквиуму, на практичних заняттях здійснюється оцінювання знань студентів шляхом усного і письмового опитування, виконання практичних робіт, що в накопичувальній системі дозволяє успішно скласти залік.
14	Стислий опис дисципліни	Дисципліна передбачає вивчення:

		<p>1) основних принципів розвитку та функціонування власних інформаційних брендів;</p> <p>2) визначення ментальних, географічних, мовних та інших особливостей функціонування зарубіжних інформаційних брендів в Україні;</p> <p>3) особливостей розвитку брендів споживчої сфери з використанням сучасних інформаційних технологій.</p>
15	Кількість студентів, які можуть одночасно навчатися	10-50