



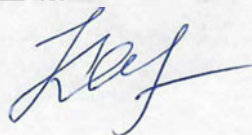
Силабус навчальної дисципліни  
 «Особистий бренд дизайнера»  
 Освітньо-професійної програми «Дизайн»  
 Спеціальність: 022 «Дизайн»  
 Галузь знань 02 «Культура і мистецтво»

Рівень вищої освіти	перший (бакалаврський)
Статус дисципліни	Навчальна дисципліна вибіркового компонента ОП
Курс	3-й
Семестр	5-й
Обсяг дисципліни, кредити ЄКТС /загальна кількість годин	4/120
Мова викладання	українська
Що буде вивчатися (предмет вивчення)	Дисципліна «Особистий бренд дизайнера» передбачає підготовку студента до розробки та успішного використання унікального авторського чи фірмового стилю, що дасть змогу майбутньому дизайнеру володіти конкурентними перевагами на ринку праці. Предметом вивчення є знайомство з теорією побудови бренду та практична реалізація усіх етапів цього процесу – від формування стратегії до запуску особистого бренду.
Чому це цікаво/треба вивчати (мета)	<p><b>Метою навчальної дисципліни</b> є ознайомлення з основними інструментами та заходами, спрямованими на розробку індивідуального бренду майбутнього дизайнера, та принципами їх практичного впровадження, що є запорукою успішної самореалізації майбутнього фахівця в умовах конкурентного ринкового середовища.</p> <p><b>Творчі можливості:</b> можливість ефективно та послідовно презентувати власну професійну діяльність як особистий бренд у відповідності до сучасних вимог та запитів ринку;</p> <p><b>Професійні перспективи:</b> можливість розробити та підтримувати активність як власного персонального бренду, так і забезпечувати кваліфіковану дизайнерську підтримку у розробці особистих брендів потенційних клієнтів;</p> <p><b>Можливості для інтердисциплінарної роботи:</b> здатність синхронізації набутих знань та навичок з діяльністю у сфері маркетингу, брендингу та розробки корпоративної айдентики.</p>
Чому можна навчитися (результати навчання)	<p>В результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен набути такі <i>програмі результати навчання</i>:</p> <p>Розробляти та представляти результати роботи дизайнера у професійному середовищі, розуміти послідовність процесу досягнення успіху в професійній кар'єрі у сфері дизайну, враховувати сучасні тенденції ринку праці, проводити відповідний моніторинг ринку, обирати відповідну бізнес-модель і розробляти бізнес-план професійної діяльності у сфері дизайну.</p> <p><b>Розвиток технічних навичок:</b> оволодіння прийомами роботи з соціальними мережами, засобами маркетингу у</p>

	<p>сфері дизайну, аналітичних досліджень ринку у напрямі професійної спеціалізації;</p> <p><b>Розвиток навичок професійної самопрезентації:</b> напрацювання вмій представляти власні наукові та фахові здобутки найбільш привабливим для потенційних споживачів способом, формування сильного авторського бренду незалежно від етапу професійної реалізації.</p>
<p><b>Як можна користуватися набутими знаннями і уміннями (компетентності)</b></p>	<p>У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен набути здатності застосовувати актуальні теорії та методики дизайну до розв'язання складних спеціалізованих задач та практичних проблем під час професійної діяльності у сфері дизайну, або в подальшому процесі навчання.</p> <p>В процесі вивчення дисципліни студент здобуде наступні компетентності:</p> <p>ЗК 1. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.</p> <p>ЗК 4. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.</p> <p>ЗК 5. Здатність працювати в команді</p> <p>ФК 11. Здатність досягати успіху в професійній кар'єрі, розробляти та представляти візуальні презентації, портфоліо власних творів, володіти підприємницькими навичками для провадження дизайн-діяльності.</p> <p>ПРН 19. Розробляти та представляти результати роботи у професійному середовищі, розуміти етапи досягнення успіху в професійній кар'єрі, враховувати сучасні тенденції ринку праці, проводити дослідження ринку, обирати відповідну бізнес-модель і розробляти бізнесплан професійної діяльності у сфері дизайну</p>
<p><b>Навчальна логістика</b></p>	<p><b>Зміст дисципліни:</b></p> <p>Тема 1. Місце особистого бренду дизайнера на ринку. Особливості вибору ніші, позиціонування. Цільова аудиторія і клієнти бренду.</p> <p>Тема 2. Вивчення конкурентного середовища та засоби побудови ідентичності бренду. Цінності та ідеали бренду.</p> <p>Тема 3. Продуктова лінійка бренду, формування унікальних торгових пропозицій.</p> <p>Тема 4. Елементи ідентичності бренду. Назва, символіка, логотип.</p> <p>Тема 5. Розробка ефективної стратегії просування бренду.</p> <p>Тема 6. Присутність бренду в інтернет-просторі. Напрями взаємодії бренду з потенційними клієнтами.</p> <p>7. Контент-стратегія і контент-план.</p> <p>8. Способи просування бренду. Офіційний запуск. Масштабування бренду та робота в команді. Приклади успішних дизайн-стратегій.</p> <p><b>Види занять:</b> лекції, лабораторні заняття</p> <p><b>Методи навчання:</b> пояснювально-ілюстративний метод; метод проблемного викладу; проєктний метод; дослідницький метод.</p> <p><b>Форми навчання:</b> денна, дистанційна</p>
<p><b>Пререквізити</b></p>	<p>Використання результатів навчання, здобутих під час вивчення дисципліни: «Ділова українська мова», «Типологія</p>

	та методика дизайну», «Історія українського та зарубіжного мистецтва та дизайну»
<b>Пореквізити</b>	За результатами вивчення дисципліни здобувач може детальніше досліджувати конкретні аспекти, що відповідають його інтересам та кар'єрним амбіціям у сфері особистого бренду, маркетингу у сфері дизайну, брендингу та ребрендингу дизайнерських проєктів.
<b>Інформаційне забезпечення з репозитарію та фонду НТБ НАУ</b>	<b>Науково-технічна бібліотека НАУ:</b> 1. Білявський В.М., Догузов Р.Д. Вплив бренду на попит та поведінку споживачів // Соціально-компетентне управління корпораціями в умовах поведінкової економіки : міжнар. наук.-практ. конф., м. Луцьк, 18 лютого 2021 р. Луцьк : Волинський національний університет ім. Л. Українки, 2021. С. 26–28. 2. Глобальний маркетинг: аналіз і виклики: матеріали III Міжнародної науково-практичної конференції. - Національний авіаційний університет. - К., 2021, - 149 с. 3. Дронова Т. Маркетингові комунікації в соціальних мережах // Матеріали IV Міжнародної науково-практичної конференції «Бізнес-аналітика: моделі, інструменти та технології». 1-3 бер. 2023. – К.: НАУ, 2023. – с.48-52.
<b>Локація та матеріально-технічне забезпечення</b>	Комп'ютерний клас, проектор
<b>Семестровий контроль, екзаменаційна методика</b>	Диференційований залік
<b>Кафедра</b>	Кафедра комп'ютерних технологій дизайну і графіки
<b>Факультет</b>	Факультет наземних споруд і аеродромів
<b>Викладач(і)</b>	 <p><b>Рожак-Литвиненко Ксенія Богданівна</b>  <b>Посада:</b> доцент  <b>Науковий ступінь:</b> кандидатка мистецтвознавства  <b>E-mail:</b> kseniia.rozhak-lytvynenko@npp.nau.edu.ua  <b>Робоче місце:</b> 9.412</p>
<b>Оригінальність навчальної дисципліни</b>	Авторський інноваційний курс
<b>Лінк на дисципліну</b>	<b>Google Classroom:</b> <a href="https://classroom.google.com/u/1/c/NiIxMTA5NTc5MDE5">https://classroom.google.com/u/1/c/NiIxMTA5NTc5MDE5</a>

Розробник:



К.Б.Рожак-Литвиненко