

Опис освітнього компонента

	Мистецтво брендингу та неймінгу
Факультет	історичної та філологічної освіти
Кафедра	української мови та журналістики
Загальний обсяг освітнього компонента	3 кредити ЄКТС / 90 годин
Семестр вивчення освітнього компонента	4
Розподіл обсягу за формами здобуття освіти:	Денна форма: 10 годин, практичних – 20 годин, самостійної роботи – 60 годин.
	Заочна форма: лекцій – 2 години, практичних – 8 годин, самостійної роботи – 80 годин.
	Дистанційна форма: лекцій – __ годин, практичних / семінарських – __ годин, самостійної роботи – __ годин.
Мета освітнього компонента	Формування у здобувачів знань про стратегії створення успішних брендів та оволодіння техніками неймінгу (створення назв) на основі лінгвістичних, психологічних і маркетингових підходів.
Компетентності, що формуються	Здатність аналізувати ринкове середовище для розробки вербальної ідентифікації бренду; уміння використовувати лінгвокреативні ресурси мови для створення комерційних назв; навички критичного оцінювання ефективності бренд-комунікацій.
Програмні результати навчання	Після вивчення освітнього компонента здобувач вищої освіти вміє розробляти унікальні назви для товарів і компаній (ергоніми, прагматоніми); володіє методикою семантичного та структурного аналізу власних назв у сфері маркетингу; здатен створювати інтерактивний контент для просування бренду.
Зміст освітнього компонента	Поняття бренду та його архітекtonіка. Неймінг як інструмент маркетингу. Ергонімія: класифікація і принципи номінації фірм. Прагматонімія і хрематонімія: стратегії назв продуктів та об'єктів культури. Соціолінгвістичні та гендерні аспекти неймінгу. Проблеми унормування та транслітерації онімів у міжнародному бренд-просторі
Пререквізити (за необхідності)	