

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

### «БРЕНДИНГ»

#### Цель и задачи дисциплины (модуля)

**Целью дисциплины «Брендинг»** является формирование у студентов теоретических знаний основ брендинга, специфики проектной деятельности, овладение практическими навыками проектирования стратегии продвижения брендов, а также проведения исследований и сбора информации об узнаваемости бренда, удовлетворенности потребителей, мнении потребителей о характеристиках бренда.

#### Задачи изучения дисциплины:

- освоение теоретических основ брендинга;
- изучение основных методов проведения исследований в брендинге;
- обучение методике анализа стратегии продвижения брендов в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»;
- изучение специфики проектной деятельности и принципов разработки стратегии брендинга;
- формирование навыков проектирования бренда;
- овладение навыками проведения исследований и сбора информации об узнаваемости бренда, удовлетворенности потребителей, мнении потребителей о характеристиках бренда;
- формирование профессиональных навыков в области брендинга.

#### Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения основной профессиональной образовательной программы

Код и наименование компетенции(ий) выпускника	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
<b>ПК-1</b> Способен использовать проектный подход при разработке стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	ИПК 1.1. Имеет представление о проектной деятельности и принципах разработки стратегии. ИПК 1.2. Проектирует стратегию продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет». ИПК 1.3. Формирует показатели эффективности продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».	<b>Знать:</b> основы брендинга; специфику проектной деятельности и принципы разработки и оценки стратегии брендинга. <b>Уметь:</b> использовать знания основ брендинга в профессиональной деятельности; анализировать стратегии создания и продвижения брендов. <b>Владеть:</b> навыками оценки эффективности продвижения брендов; навыками разработки и проектирования стратегии брендинга, а также формирования показателей

Код и наименование компетенции(ий) выпускника	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
		эффективности продвижения брендов.
<p><b>ПК-2</b> Способен проводить маркетинговые исследования в информационно-коммуникационной сети «Интернет» и в СМИ</p>	<p>ИПК 2.1. Имеет представление о методике проведения маркетинговых исследований. ИПК 2.2. Проводит исследования поведения конкурентов и спроса в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет». ИПК 2.3. Проводит исследования и организует сбор информации об узнаваемости продвигаемой продукции СМИ, удовлетворенности потребителей, мнении потребителей о характеристиках продвигаемой продукции.</p>	<p><b>Знать:</b> основные методы проведения исследований в брендинге. <b>Уметь:</b> проводить исследования конкурентов брендов, их поведения и спроса в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет». <b>Владеть:</b> навыками проведения исследований и сбора информации об узнаваемости бренда, удовлетворенности потребителей, мнении потребителей о характеристиках бренда.</p>

### Содержание дисциплины (модуля)

Наименование тем (разделов)
Тема 1. Основы брендинга
Тема 2. Брендинг и его роль в различных аспектах промоушена и рекламы
Тема 3. Атрибуты бренда. Алгоритм создания и продвижения бренда
Тема 4. Стратегии и оценка бренд-менеджмента

**Форма контроля** – зачет с оценкой.