

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебной работе
А.С. Огрин



АННОТАЦИЯ

Учебной дисциплины **«Брендинг»**

Направление подготовки **38.03.01«Экономика»**

Профиль **«Экономика предприятий, финансы и кредит»**

Программа разработана на кафедре **дизайна**

Место дисциплины в учебном плане	Дисциплина «Брэнддинг» относится к дисциплинам по выбору вариативной части блока Дисциплины (модули).
Цель изучения дисциплины	Практическое знакомство со сферой социальной коммуникации.
Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины	<p>ОК-4 - способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия;</p> <p>ОПК-3 - способность выбрать инструментальные средства для обработки экономических данных в соответствии с поставленной задачей, проанализировать результаты расчетов и обосновать полученные выводы;</p> <p>ПК-4 - способность на основе описания экономических процессов и явлений строить стандартные теоретические и эконометрические модели, анализировать и содержательно интерпретировать полученные результаты;</p> <p>ПК-10 - способность использовать для решения коммуникативных задач современные технические средства и информационные технологии.</p>
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> • общие принципы и этапы проведения рекламных, PR-кампаний; • предмет и средства маркетинговых исследований; • основы психологии делового общения; • задачи, этапы и основные средства медиа-планирования. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> • самоорганизовываться и продумывать собственную индивидуальную траекторию в системе выполняемых работ, выводящую их к тем коммуникационным специализациям, которые они наметили для себя как предпочтительные; • использовать основные способы и инструменты формирования бренда-идентификатора и бренда-впечатления в бизнес-деятельности компании; • разрабатывать модель позиционирования бренда на рынке; • применять способы и инструменты брэндинга в профессиональной деятельности компании.

	<p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> • приемами, средствами проведения рекламных, PR-кампаний; • методами маркетинговых исследований; • приемами медиа-планирования; • организацией проектного материала для передачи творческого художественного замысла.
Краткая характеристика учебной дисциплины	Получение общего представления о принципах и особенностях коммуникации в современном обществе. Приемы работы коммуникационных технологий, способов и приемов организации, развития и поддержания связи с индивидуальными и групповыми представителями общества с помощью брендинга. Технология построения бренда. Пирамида бренда. Последовательность и этапы проектирования и формирования бренда.
Форма итогового контроля знаний	Для контроля усвоения студентами данной дисциплины, учебным планом предусмотрен зачет, в форме защиты индивидуального задания по формированию бренда.