

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебной работе
А.С. Огрин



АННОТАЦИЯ

Учебной дисциплины **«Брендинг»**

Направление подготовки **38.03.02 «Менеджмент»**

Профиль **«Управление организацией»**

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 проектировать организационные структуры, участвовать в разработке стратегий управления человеческими ресурсами организаций, планировать и осуществлять мероприятия, распределять и делегировать полномочия с учетом личной ответственности за осуществляемое мероприятие;</p> <p>ОПК-7 - способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий с учетом основных требований информационной безопасности;</p> <p>ПК-8 - владеть навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений.</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; |

| | |
|--|---|
| | <ul style="list-style-type: none"> • 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 брэндинга. 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. |