

УТВЕРЖДАЮ  
И.о. проректора по учебной работе  
А.Д. Прокофьева



## АННОТАЦИЯ

Учебной дисциплины **«Брендинг»**

Направление подготовки **38.03.02 «Менеджмент»**

Профиль **«Управление организацией»**

Программа разработана на кафедре **дизайна**

Форма обучения **очная**

<b>Место дисциплины в учебном плане</b>	Дисциплина «Брэндинг» относится к дисциплинам по выбору вариативной части блока Дисциплины (модули).
<b>Цель изучения дисциплины</b>	Практическое знакомство со сферой социальной коммуникации.
<b>Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины</b>	<p><b>ОК-4</b> - способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия;</p> <p><b>ОПК-3</b> - 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><b>ОПК-7</b> - 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><b>ПК-8</b> - владеть навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений.</p>
<b>Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины</b>	<p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• общие принципы и этапы проведения рекламных, PR-кампаний;</li> <li>• предмет и средства маркетинговых исследований;</li> <li>• основы психологии делового общения;</li> <li>• задачи, этапы и основные средства медиа-планирования.</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• самоорганизовываться и продумывать собственную индивидуальную траекторию в системе выполняемых работ, выводящую их к тем коммуникационным специализациям, которые они наметили для себя как предпочтительные;</li> <li>• использовать основные способы и инструменты формирования бренда-идентификатора и бренда-впечатления в бизнес-деятельности компании;</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• разрабатывать модель позиционирования бренда на рынке;</li> <li>• применять способы и инструменты брендинга в профессиональной деятельности компании.</li> </ul> <p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• приемами, средствами проведения рекламных, PR-кампаний;</li> <li>• методами маркетинговых исследований;</li> <li>• приемами медиа-планирования;</li> <li>• организацией проектного материала для передачи творческого художественного замысла.</li> </ul>
<p><b>Краткая характеристика учебной дисциплины</b></p>	<p>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</p>
<p><b>Форма итогового контроля знаний</b></p>	<p>Для контроля усвоения студентами данной дисциплины, учебным планом предусмотрен зачет, в форме защиты индивидуального задания по формированию бренда.</p>