

Аннотация программы дисциплины ФТД.02 «Бренд-менеджмент современного ТРК»

Цель освоения дисциплины – дать представление о понятиях брендинг и бренд, а также сформировать у магистрантов теоретический фундамент и выработать комплекс навыков для разработки творческой концепции создания бренда, содержания бренда, его вербальными и визуальными составляющими и их художественного воплощения в системе современных СМИ.

Задачи дисциплины

- сформировать представление об этапах, принципах и методах разработки бренда
- ознакомить с функциями и основными принципами бренд-менеджмента
- познакомить принципами и методами анализа рынка, сегментирования рынка для выведения бренда к потребителям
- рассмотреть вопросы эмоционального и рационального воздействия бренда на потребителя
- изучить средства коммуникативного воздействия, применяющиеся при создании бренда
- овладеть навыками разработки бренда в системе современных СМИ.

Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина «Бренд-менеджмент современного ТРК» относится к части ФТД. Факультативные дисциплины учебного плана. Знания и навыки, полученные в ходе изучения курса «Бренд-менеджмент современного ТРК» необходимы для работы магистранта с творческими заданиями, изучении дисциплин соответствующей профилизации

Перечень последующих дисциплин, необходимых для ее изучения: «Деонтологические и правовые принципы журналистики», «Инновационные технологии в работе телеведущего», «Язык кроссмедийной коммуникации».

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

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

Код и наименование индикатора*	Результаты обучения по дисциплине
ПК-1 способен разрабатывать основные направления (концепции) вещания и осуществлять эфирное планирование совместно с коллегами	
ИПК-1.1. Способен к самостоятельному написанию авторских комментариев и других текстов в рамках редакционной политики	Способен к самостоятельному написанию авторских комментариев и других текстов в рамках редакционной политики
ИПК-1.2.Подготавливает предложения для составления творческих планов редакции/канала	Подготавливает предложения для составления творческих планов редакции/канала
ИПК-1.3.Информирует ответственного выпускающего обо всех значимых сообщениях информационных агентств	Информирует ответственного выпускающего обо всех значимых сообщениях информационных агентств
	Владеть способностью ориентироваться в медиaprостранстве, выявлять актуальные события в жизни общества и новые точки зрения на эти события, опираясь на историю, международный опыт и жанрово-стилистические особенности медиатекстов

Содержание дисциплины

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.
Разделы (темы) дисциплины, изучаемые в 1 семестре (очная форма обучения)

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа СРС
			Л	ПЗ	ЛР	
1.	Сущность и содержание понятия «бренд».	8		2		6
2.	Бренд-менеджмент	10		4		6
3.	Корпоративный брендинг.	8		2		6
4.	Сегментирование рынка и управление брендом.	9,8		4		5,8
	<i>ИТОГО по разделам дисциплины</i>	<i>35,8</i>		<i>12</i>		<i>23,8</i>
	Контроль самостоятельной работы (КСР)					
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,2				
	Подготовка к текущему контролю					
	Общая трудоемкость по дисциплине	36				

Примечание: Л – лекции, ПЗ – практические занятия / семинары, ЛР – лабораторные занятия, СРС – самостоятельная работа студента

Автор: Мальцева И.А., доц., к. филол. наук, доц.