

АННОТАЦИЯ

дисциплины Б1.В.11 «Бренд технологии в маркетинге»

Объем трудоемкости: 2 зачетные единицы (72 час.), из них – 28,2 час. контактной работы: лекционных 8 час, практических 20 час., ИКР 0,2 час.; 43,8 час. самостоятельной работы.

Цель освоения дисциплины

Освоение магистрантами теоретических и практических основ брендинга. Курс ориентирован на овладение навыками анализа бренда как маркетинговой и коммуникативной категории и брендинга как процесса создания и управления брендом. Изучение дисциплины подразумевает развитие общекультурных и профессиональных компетенций, позволяющих принимать объективные и своевременные решения в профессиональной деятельности магистров в части брендинга.

Задачи дисциплины

- приобретение умений и навыков использования теоретических знаний в области брендинга, а также формирование необходимых для профессиональной деятельности компетенций:
- усвоение базисных знаний о сущности брендинга, его структуре и значении;
- рассмотрение маркетинговых и коммуникативных закономерностей брендинга;
- изучение теории и практики товарного и корпоративного брендинга;
- анализ индивидуальности бренда;
- теоретическое и практическое освоение методики организации и проведения маркетинговых исследований при разработке бренда;
- планирование и модели разработки идентичности бренда;
- рассмотрение вопросов лояльности бренду;
- изучение методов экономического и стратегического анализа брендинга в глобальной среде.

Место дисциплины в структуре ООП ВО

Дисциплина Б1.В.11 «Бренд-технологии в маркетинге» относится к вариативной части профессионального учебного плана магистратуры направления «Менеджмент» профиля «Маркетинг». Ее изучение запланировано в 11 семестре, 6 курса. Дисциплина «Бренд-технологии в маркетинге» базируется на дисциплинах: «Современные проблемы менеджмента», «Теория и методология современного маркетинга», «Интегрированные маркетинговые коммуникации».

Дисциплина «Бренд технологии в маркетинге» изучается параллельно с дисциплинами «Стратегический маркетинг», «Маркетинг изменений».

Названные связи и содержание дисциплины «Бренд технологии в маркетинге» дают магистранту системные представления об изучаемых дисциплинах в соответствии с ФГОС ВО, что обеспечивает высокий уровень и практическую направленность в системе обучения и будущей деятельности магистра.

Требования к уровню освоения дисциплины:

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся *профессиональной* компетенции ПК-5.

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
1.	ПК-5	владением методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде	знать теоретические основы экономического и стратегического анализа	проводить анализ поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде	методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде

Основные разделы дисциплины:

Разделы (темы) дисциплины, изучаемые в 11 семестре

№	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	СРС
1	2	3	4	5	6	7
1.	Сущность, понятие и основные характеристики брендинга	14	2	4		8
2.	Основные этапы разработки бренда	13,8	-	4		8
3.	Нейминг и дизайн в брендинге	16	2	4		9,3
4.	Методология изучения бренда. Социологические исследования в брендинге		2	4		9
5.	Бренд-менеджмент и стратегии брендинга		2	4		9
	<i>Итого по дисциплине:</i>	71,8	8	20		43,8

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

Лабораторный практикум: не предусмотрен.

Курсовые работы: не предусмотрены.

Форма проведения аттестации по дисциплине: *зачет*

Основная литература:

1. Пономарева, Е. Бренд-менеджмент [Электронный ресурс] : учебник и практикум для академического бакалавриата / Е. А. Пономарева. - Москва : Юрайт, 2017. - 341 с. - <https://www.biblio-online.ru/viewer/172BC42F-8634-4568-889B-F5AEFD8624BC#page/1>

2. Домнин, В. Н. Брендинг : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / В. Н. Домнин. – М. : Издательство Юрайт, 2018. – 411 с. – (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс) - <https://biblio-online.ru/viewer/9E6F7ED1-7DC9-4430-93FD-752932089C37/brending#page/1>

3. Музыкант В. Л. Брендинг: Управление брендом: Учебное пособие. - М.: ИЦ РИОР: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 316 с.- (Высшее образование: Бакалавриат). - <http://znanium.com/bookread2.php?book=416049>

Для освоения дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья имеются издания в электронном виде в электронно-библиотечных системах «Лань», «Юрайт», «Знаниум».

Автор РПД: Л.А. Воронина