

АННОТАЦИЯ рабочей программы дисциплины
«Б1.О.16.03 БРЕНДИНГ»
(код и наименование дисциплины)

Направление подготовки/специальность: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью;
Реклама и связи с общественностью в СМИ

Общая трудоёмкость дисциплины составляет: для ОФО 4 зачетных единицы (144 часов),
для ЗФО 4 зачетных единицы (144 часов)

Цель освоения дисциплины - приобретение студентами базовых теоретических знаний и практических навыков, составляющих основное содержание профессиональных обязанностей бренд-менеджера. Знание основных принципов и технологий брендинга и бренд-билдинга являются важной составляющей профессиональной подготовки современных специалистов по связям с общественностью.

Задачи дисциплины

Достижение цели подразумевает выполнение следующих задач: рассмотреть основные теоретические подходы исследований брендинга и бренд-билдинга; ознакомить студентов с основными этапами создания бренда; рассмотреть вопросы организации и проведения брендинговых кампаний; изучить специфику PR-коммуникаций в брендинге; освоить различные методики оценки эффективности брендинга; ознакомить со спецификой брендинга на региональном, национальном и глобальном уровнях.

Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина «Брендинг» относится к обязательной части учебного плана. В соответствии с рабочим учебным планом дисциплина изучается на 2 курсе по очной и на 2 курсе по заочной форме обучения. Вид промежуточной аттестации: зачет.

Освоение содержания дисциплины «Брендинг» базируется на изучении таких предметов, как «Введение в направление подготовки», «Интегрированные коммуникации в рекламе и связях с общественностью», «Теория и практика массовой информации».

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* достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине (знает, умеет, владеет (навыки и/или опыт деятельности))
ОПК-4. Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	
ИОПК 4.1. Знает запросы и потребности аудитории.	Знает запросы и потребности аудитории. Умеет отвечать на запросы и потребности общества и аудитории. Владеет способностью отвечать на запросы и потребности общества и аудитории.
ИОПК 4.2. Умеет анализировать информацию о запросах и потребностях аудитории.	Умеет анализировать информацию о запросах и потребностях аудитории. Знает информацию о запросах и потребностях аудитории. Владеет навыками анализа информации о запросах и потребностях аудитории.

Код и наименование индикатора* достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине (знает, умеет, владеет (навыки и/или опыт деятельности))
ИОПК 4.3. Владеет навыками работы с медиатекстами, отвечающими запросам и потребностям аудитории.	Владеет навыками работы с медиатекстами, отвечающими запросам и потребностям аудитории. Знает основы работы с медиатекстами. Умеет работать с медиатекстами, отвечающими запросам и потребностям аудитории.

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по темам дисциплины.
Темы дисциплины, изучаемые в 3 семестре 2 курса (очная форма обучения)

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	СРС
1	2	3	4	5	6	7
1.	Бренд, брендинг, бренд-менеджмент	35	8	9		18
2.	Подготовительный этап брендинга	35	8	9		18
3.	Технологии проектирования бренда	35	8	9		18
4.	Коммуникационная кампания бренда	36,8	8	9		17,8
	<i>ИТОГО по разделам дисциплины</i>	139,8	32	36		71,8
	Контроль самостоятельной работы (КСР)	4				4
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,2				
	Подготовка к текущему контролю					
	Общая трудоемкость по дисциплине	144				

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по темам дисциплины.
Темы дисциплины, изучаемые в 3 семестре 2 курса (заочная форма обучения)

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	СРС
1	2	3	4	5	6	7
4.	Бренд, брендинг, бренд-менеджмент	35	1	1		33
5.	Подготовительный этап брендинга	35	1	1		33
6.	Технологии проектирования бренда	35	1	1		33
4.	Коммуникационная кампания бренда	35	1	1		33
	<i>ИТОГО по разделам дисциплины</i>	140	4	4		132
	Контроль самостоятельной работы (КСР)					
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,2				0,2
	Подготовка к текущему контролю	3,8				3,8
	Общая трудоемкость по дисциплине	144				

Курсовые работы: не предусмотрены

Форма проведения аттестации по дисциплине: зачет

Авторы, Е.В. Тарасенко, доцент, канд. филол. наук