

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

«Брендинг»

Направление подготовки (специальность)	38.03.06 «Торговое дело»
Направление (профиль) подготовки	«Коммерция и маркетинговые коммуникации»
Цель освоения дисциплины	изучение принципов и технологии формирования брендов, понимание роли и предназначения брендов в деятельности компаний. Дисциплина нацелена на то, чтобы дать студентам целостное представление о том, каким образом фирмы создают бренды, какие стратегии они используют для их развития, и как компании осуществляют управление своими брендами.
Общая трудоемкость дисциплины	3 зачетные единицы, 108 часов
Форма промежуточной аттестации	зачет
Краткое содержание дисциплины	<p>Тема 1. Понятие, сущность и значение брендинга</p> <p>Тема 2. Основные тенденции и типы брендинга</p> <p>Тема 3. Бренд-билдинг - разработка бренда</p> <p>Тема 4. Реализация стратегии формирования бренда</p> <p>Тема 5. Развития бренда (Brand-development)</p> <p>Тема 6. Маркетинговым исследованиям в брендинге</p> <p>Тема 7. Управление брендами</p> <p>Тема 8. Планирование эффективных бренд-коммуникаций</p> <p>Тема 9. Защита бренда</p>

Аннотацию рабочей программы составил: Краснова М. В.
доцент кафедры КИТ
 (ФИО, должность, подпись) JK 30.08.2021