

# АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

## Брендинг

42.03.04 Реклама и связи с общественностью

5 семестр

### 1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель освоения дисциплины «Брендинг» является создать у студентов представление о построении и управлении брендом и координация данной дисциплины с другими дисциплинами специализации в области рекламы и связей с общественностью, формирование системного комплекса знаний по этому направлению обучения.

Задачами курса являются:

1. сформировать у студентов представление о структуре и тенденциях развития рынка услуг по рекламе и связям с общественностью в России и за рубежом;
2. сформировать представление о технологиях построения бренда;
3. сформировать представление о технологиях управления брендом.

### 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина «Брендинг» относится к базовой части учебного плана.

Пререквизиты дисциплины: «Реклама как вид профессиональной деятельности», «Основы выставочной деятельности», «Социальная реклама» и т.п.

### 3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Код формируемых компетенций	Уровень освоения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине характеризующие этапы формирования компетенций (показатели освоения компетенции)
1	2	3
ОПК-2	частичное	<b>Знать</b> закономерности развития рекламы и связей с общественностью <b>Уметь</b> анализировать национально-исторические особенности развития рекламы и связей с общественностью <b>Владеть</b> приемами освещения общественных и государственных институтов
ОПК-4	частичное	<b>Знать</b> потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности <b>Уметь</b> отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности <b>Владеть</b> методами определения ценностей и ожиданий целевых аудиторий
ПК-13	частичное	<b>Знать</b> что такое креативные методы в решении профессиональных задач <b>Уметь</b> применять креативные методы в зависимости от поставленных задач <b>Владеть</b> приемами учета своей профессиональной деятельности

#### 4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

1. Бренд в системе PR-деятельности
  2. Особенности формирования брендов на различных типах рынков
  3. Аналитические процедуры в брендинге
  4. Позиционирование бренда
  5. Идентичность бренда
  6. Формирование атрибутов бренда: функциональных и содержательных
  7. Разработка моделей брендов
  8. Формирование комплекса интегрированных маркетинговых коммуникаций в брендинге
  9. Стратегические задачи управления брендом
  10. Изучение развития брендов
  11. Марочные стратегии Растяжение и расширение бренда
  12. Формирование программ лояльности клиентов
  13. Функциональные обязанности бренд-менеджера
5. ВИД АТТЕСТАЦИИ – экзамен
6. КОЛИЧЕСТВО ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦ – 4

Составитель: доц. каф. ЖРСО Щитко В.С. Щитко В.С.

Заведующий кафедрой ЖРСО Латышева Ж.В. д.ф.н., профессор Латышева Ж.В.

Председатель учебно-методической комиссии Латышева Ж.В. Латышева Ж.В., зав. каф. ЖРСО, д.ф.н., профессор.

Директор института Петровичева Е.М. д.ф.н., профессор, Петровичева Е.М.

Дата: 11.09.2019

