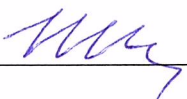


АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

БРЕНДИНГ

Направление подготовки (специальность)	42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»
Направленность (профиль) подготовки	Реклама и связи с общественностью
Цели освоения дисциплины	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.
Общая трудоёмкость дисциплины	4 зачетные единицы, 144 часа
Форма промежуточной аттестации	Экзамен, КР
Краткое содержание дисциплины:	<p>Бренд в системе PR-деятельности</p> <p>Особенности формирования брендов на различных типах рынков</p> <p>Аналитические процедуры в брендинге</p> <p>Позиционирование бренда</p> <p>Идентичность бренда</p> <p>Формирование атрибутов бренда: функциональных и содержательных</p> <p>Разработка моделей брендов</p> <p>Формирование комплекса интегрированных маркетинговых коммуникаций в брендинге</p> <p>Стратегические задачи управления брендом</p> <p>Изучение развития брендов</p> <p>Марочные стратегии Растяжение и расширение бренда</p> <p>Формирование программ лояльности клиентов</p> <p>Функциональные обязанности бренд-менеджера</p>

Аннотацию рабочей программы составил доцент кафедры ЖРСО Щитко В.С.



24.06.2021