

АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

СОЗДАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО БРЕНДА

42.03.02 Журналистика

6 семестр

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель освоения дисциплины: создать у студентов представление о построении и управлении брендом

Задачи освоения содержания дисциплины:

- сформировать у студентов представление о структуре и тенденциях развития рынка услуг по рекламе и связям с общественностью в России и за рубежом;
- дать определение понятию «бренд» и охарактеризовать сферу брендинга;
- рассмотреть структуру бренда;
- сформировать представление о технологиях построения бренда;
- сформировать представление о технологиях управления брендом;
- привлечь студентов к деятельности, имитирующей аспекты процесса создания и управления брендом.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина «Создание профессионального бренда» относится к дисциплинам по выбору вариативной части учебного плана ОПОП направления 42.03.02 «Журналистика».

Пререквизиты дисциплины: «Основы рекламного дела», «Связи с общественностью и PR»

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
УК-1: способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	<i>Полное</i>	Знать: принципы работы журналиста с источниками информацией, методы ее сбора, проверки и анализа Уметь: решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий Владеть: принципами работы журналиста с источниками информации, знать методы ее сбора, селекции, проверки и анализа, возможности электронных баз данных и методы работы с ними
УК-2: способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм	<i>Полное</i>	Знать: правовые основы деятельности средств массовой информации, базовое законодательство РФ, регулирующее деятельность СМИ Уметь: самостоятельно находить источники информации с учетом действующих правовых норм Владеть: способами поиска и проверки источников информации в рамках действующего законодательства РФ
ОПК-5: способен учитывать в профессиональной	<i>Полное</i>	Знать: структуру средств массовой информации зарубежных СМИ; стандарты профессиональной деятельности зарубежных

<p>деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования</p> <p>ПК-5: предлагает творческие решения с учетом имеющегося мирового и отечественного журналистского опыта</p> <p>ПК-12: предлагает творческие решения в рамках реализации индивидуального (или коллективного) проекта в сфере журналистики</p> <p>ПК-23: соотносит вопросы информационной повестки дня с общечеловеческими ценностями</p> <p>ПК-24: определяет ценностные приоритеты при отборе освещаемых явлений и событий</p>	<p><i>Полное</i></p> <p><i>Полное</i></p> <p><i>Полное</i></p> <p><i>Полное</i></p>	<p>журналистов; международно-правовое регулирование зарубежных СМИ</p> <p>Уметь: ориентироваться в основных этапах и процессах развития зарубежной литературы и журналистики, использовать этот опыт в профессиональной деятельности</p> <p>Владеть: базовыми принципами формирования медиасистем, анализом особенностей национальных медиамоделей в сравнении с реалиями функционирования российских СМИ</p> <p>Знать: мировые тенденции развития медиаотрасли, базовые принципы формирования медиасистем, специфику различных видов СМИ, особенности национальных медиамоделей и реалии функционирования российских СМИ</p> <p>Уметь: искать, читать и анализировать материалы, опубликованных (вышедших в эфир) в СМИ отечественных и зарубежных стран</p> <p>Владеть: пониманием особенностей журналистского мастерства на примере творчества крупнейших отечественных и зарубежных журналистов</p> <p>Знать: приемы разработки локального авторского (коллективного) медиапроекта</p> <p>Уметь: продвигать продукт на информационный рынок, работать в команде, работать со смежными подразделениями и службами редакции</p> <p>Владеть: методами мозгового штурма, креативными навыками при осуществлении творческих задач</p> <p>Знать: основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции; основные этапы и процессы развития отечественной литературы и журналистики</p> <p>Уметь: анализировать основные тенденции формирования социальной структуры современного общества, ориентироваться в различных сферах жизни общества, которые являются объектом освещения в СМИ</p> <p>Владеть: следовать в профессиональной деятельности основным российским и международным документам по журналистской этике</p> <p>Знать: профессиональные и этические стандарты журналистской деятельности, принятые в России и за рубежом; категории общей этики, принципы морально-нравственного поведения человека</p> <p>Уметь: сотрудничать с представителями различных принципов сегментов общества, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия</p> <p>Владеть: готовностью обеспечивать общественный резонанс публикаций; формировать нормы морали в обществе</p>
---	---	---

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Возникновение, становление и развитие брендинга
Понятие «бренд», содержание и сущность
Бренд-менеджмент
Разработка бренда
Типология брендов. Портфель брендов и его архитектура
Практические аспекты брендинга
Интегрированные бренд-коммуникации

5. ВИД АТТЕСТАЦИИ – экзамен

6. КОЛИЧЕСТВО ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦ - 4 з. е.

Составитель: _____ д. филос. н., профессор, Латышева Ж.В.

Заведующий кафедрой ЖРСО _____ д. филос. н., профессор, Латышева Ж.В.

Председатель Учебно-методической комиссии _____ д. филос. н., профессор, Латышева Ж.В.

Директор института _____ д.и.н., профессор, Петровичева Е.М.

Дата: 11.09.19

Печать института

