

**Аннотация  
рабочей программы учебной дисциплины  
«Бренд-менеджмент»**

**1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

**1.1. Цель изучения учебной дисциплины**

Основной целью изучения дисциплины «Бренд-менеджмент» является изучение принципов и технологии формирования брендов, понимание роли и предназначения брендов в деятельности компаний.

**1.2. Задачи учебной дисциплины:**

- 1) приобретение концептуальных и методологических знаний о создании сильных брендов;
- 2) усвоение навыков аналитической, креативной и инновационной деятельности при проектировании, продвижении и капитализации брендов;
- 3) управление брендингом в коммерческой и некоммерческой сфере;
- 4) знакомство с новыми технологиями брендинга;
- 5) формирование системы знаний и навыков по управлению брендом на этапах создания, роста, зрелости и кризиса

**2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП ВПО**

**2.1. Цикл (раздел) ООП:**

2.2. Дисциплина относится к циклу Б1 «Профессиональный цикл» (ПЦ).

**2.2. Взаимосвязь учебной дисциплины с другими учебными дисциплинами ООП**

Дисциплина рассматривается в профессиональном цикле, является логическим продолжением дисциплин «Маркетинг», «Основы сервисной деятельности». «Рекламная деятельность», а также закладывает основу для изучения дисциплин «Управление продуктивностью и эффективностью в организациях», «Менеджмент в малом и среднем бизнесе», «Механизмы регулирования рынка услуг».

**3. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ СОДЕРЖАНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения учебной дисциплины:

Код соответствующей компетенции по ГОС	Наименование компетенций	Результат освоения (знать, уметь, владеть)
ПК-3	владением навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности	<b>знать:</b> понятийно-категориальный аппарат дисциплины; методы и способы позиционирования и идентификации бренда <b>уметь:</b> использовать методы и способы создания и развития бренда в рамках стратегии организации; <b>владеть:</b> навыками проведения стратегического анализа организации в вопросах усиления позиции бренда на рынке.

ПК-6	способностью участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений	<b>знать:</b> инструменты и этапы разработки и механизмы работы с проектом; этапы формирования и развития проекта продвижения бренда; <b>уметь:</b> разрабатывать систему идентификаторов бренда; <b>владеть:</b> навыками проведения оценки стоимости бренда.
ДПК-6	владением навыками аналитической, креативной и инновационной деятельности при проектировании, продвижении и капитализации брендов, управлении брендингом в коммерческой и некоммерческой сфере	<b>знать:</b> понятийно-категориальный аппарат дисциплины; особенности и отличия, основы и базовые модели современного брендинга; основные принципы современной корпоративной культуры; мировые образцы бренд-менеджмента; основные инструменты, стратегии и типы корпоративного брендинга и бренд-менеджмента; <b>уметь:</b> свободно ориентироваться в технологиях, направлениях и функциях современного бренд-менеджмента; анализировать образцы профессионального и эффективного бренд-менеджмента; взаимодействовать с заказчиками и разработчиками современного брендинга; <b>владеть:</b> навыками аналитической, креативной и инновационной деятельности при проектировании, продвижении и капитализации брендов.

### **Раздел 1. Основные характеристики бренда. Роль бренда в системе управления организацией.**

Тема 1.1. Современные концепции брендинга: краткая характеристика.

Тема 1.2. Типы брендов. Портфель брендов компании, архитектура и роли брендов.

Тема 1.3. Разработка платформы бренда

### **Раздел 2 Процесс брендинга**

Тема 2.1. Разработка системы идентификаторов бренда..

Тема 2.2. Маркетинговые коммуникации и их роль в построении бренда.

Тема 2.3. Формирование торговой марки .

Тема 2.4. Понимание потребителей и их отношений с брендами.

Тема 2.5. Стратегические бренд-коммуникационные компании

Тема 2.6. Оценка стоимости бренда

## **5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ**

Традиционные технологии (лекция, семинарское занятие, консультация, экзамен), технологии интерактивного обучения (дискуссии), ситуационные задания.

**Разработчик рабочей программы учебной дисциплины:**

*Ободец Я.В., к.гос.упр, доцент кафедры менеджмента производственной*

*сферы*