

**Аннотация рабочей программы дисциплины
«Брендинг»
для направления подготовки 42.03.01 – «Реклама и связи с общественностью»**

1. Цели и задачи освоения дисциплины

Цель изучения дисциплины – получение теоретических знаний и практических навыков в области разработки, продвижения и управления брендингом .

Задачи дисциплины:

- изучение теоретических основ брендинга;
- овладение навыками разработки, продвижения и использования брендов

2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины, и индикаторы их достижения

Профессиональные компетенции и индикаторы их достижения

Код и наименование профессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции
ПК-3. Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	ИД-1 ПК-3. Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и/или реализации коммуникационного продукта ИД-2 ПК-3. Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта ИД-3 ПК-2. Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами

3. Содержание дисциплины

Лекции

Сущность и содержание брендинга
Создание бренда
Нейминг в брендинге
Позиционирование бренда
Управление портфелем бренда
Продвижение бренда
Капитализация брендов

Практические занятия

Создание бренда
Нейминг в брендинге
Позиционирование бренда
Управление портфелем бренда
Продвижение бренда
Капитализация бренда
Бренд-менеджмент