

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.5.2 БРЕНДИНГ В БИЗНЕСЕ

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 з.е./81 астр.ч./108 акад.ч.

Место дисциплины в структуре образовательной программы: вариативная часть/выбор.

Форма промежуточной аттестации – экзамен.

Компетенции обучающегося, формируемые в процессе освоения дисциплины:

<i>Код</i>	<i>Содержание компетенции</i>
ПК-7	готовность применять современные технологии гостиничной деятельности в работе с потребителем

Цель освоения дисциплины – изучение принципов и технологий формирования брендов, понимание роли и предназначения брендов в коммерческой и некоммерческой деятельности, формирование социально-ответственной и профессионально-компетентной культуры управления активами торговой марки.

Задачи изучения дисциплины:

- приобретение концептуальных и методологических знаний о создании сильных брендов;
- усвоение навыков аналитической, креативной и инновационной деятельности при проектировании, продвижении и капитализации брендов, управлении брендингом в коммерческой и некоммерческой сфере;
- знакомство с новыми технологиями брендинга и практической деятельностью бренд-менеджера.

Содержание дисциплины

Тема 1. Основные характеристики и роль бренда.

Тема 2. Разработка бренда.

Тема 3. Концепция и стратегии управления брендом.

Тема 4. Развитие бренда.

Тема 5. Исследования бренда.

Тема 6. Потребительское поведение и бренд.

Тема 7. Планирование эффективных бренд-коммуникаций.

Тема 8. Контроль кампании по формированию бренда и оценка ее эффективности.