

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ОД.18 Брендинг

по направлению подготовки: 39.03.01 «Социология»

по профилю «Экономическая социология»

Квалификация (степень) выпускника: БАКАЛАВР

Выпускающая кафедра: ГМУС

Кафедра-разработчик рабочей программы – ГМУС

1. Цели освоения дисциплины «Брендинг»:

- а) формирование целостной системы знаний об основах брендинга;
- б) развитие теоретических и практических навыков в области создания и управления брендами, формирования системы визуально-вербальной идентификации, позиционирования продукта, маркетинговых исследований рынка, конкурентной среды, направленных на повышение эффективности деятельности субъектов хозяйствования, установления конкурентоспособности и долгосрочной связи с потребителями;
- в) освоение методологии и фундаментальных теорий брендинга, бренд-менеджмента и маркетинга;
- г) освоение маркетинговых приемов анализа данных в области брендинга, овладение навыками проведения прикладных исследований;
- д) приобретение научной эрудиции в данной области знаний и применение компетенций, формируемых в результате освоения дисциплины в различных профессиональных сферах деятельности.

2. Содержание дисциплины «Брендинг»:

Предпосылки возникновения и становления брендинга

Бренд-менеджмент: общие понятия, теории

Методы и инструменты бренд-менеджера

Конкурентные стратегии и стратегическое позиционирование

Методы стратегического анализа организации (SWOT, портфельный). Стратегический учет рисков и перспектив.

Бренд как сложносоставный массово-коммуникационный, маркетинговый и когнитивный конструкт

3. В результате освоения дисциплины «Брендинг» обучающийся должен:

1) Знать:

- а) фундаментальные теории бренд- и ценового менеджмента, эволюцию концепций брендинга;
- б) алгоритм формирования и поддержания бренда, этапы, принципы создания легенды, позиционирования, оптимизации узнаваемости, аудита, управления брендом;
- в) методы, инструменты, атрибуты бренд-менеджера;
- д) принципы эффективного брендинга.

2) Уметь:

- а) формировать алгоритм проектирования и продвижения бренда;
- б) разрабатывать бренд-стратегии для различных типов рынка;
- в) управлять брендом;
- г) производить аудит бренда.

3) Владеть:

- а) соответствующей терминологией, понятийно-категориальным аппаратом;
- б) навыками разработки тактических ценовых решений на различных типах рынка;
- в) навыками разработки бренд-бука.

Зав. кафедрой ГМУС

А.Р. Тузиков