

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ Б3.В.ОД.4 «Основы брендинга»

Дисциплина «Основы брендинга» является частью профессионального цикла дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 031600.62 «Реклама и связи с общественностью». Дисциплина реализуется на факультете гуманитарного образования Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Самарский государственный технический университет» кафедрой психологии и педагогики.

Целями и задачами изучения дисциплины являются:

- получение знаний о способах, средствах, методах, технологиях брендинга и оценке бренда;
- приобретение умений на основе консолидации информации решать актуальные профессиональные задачи в области брендинга (различных классов новизны, сложности, глубины, частности) с минимальными временными и энергетическими затратами; на основе результатов исследований выявлять предпочтения потребителей и разрабатывать меры по повышению конкурентоспособности;
- овладение навыками исследовательской деятельности, сопоставления, анализа фактов, явлений, выдвижения гипотез, решения многокритериальных задач по созданию, позиционированию, продвижению, оценке бренда, проведения PR-мероприятий, PR-кампании по продвижению бренда.

В результате изучения дисциплины студент должен приобрести:

- знания о концепциях, принципах, технологиях создания, позиционирования, продвижения, управления, оценивания бренда;
- умения проектировать деятельность по созданию и продвижению бренда, оценивать бренд и возможные риски, выявлять приоритетные группы общественности, оценивать новизну, эффективность и надёжность принятых решений;
- навыки стратегического мышления, исследования общественного мнения, консолидации информации, организации и проведения PR-мероприятия, PR-кампании по продвижению бренда, нейминга, создания слогана, логотипа, бренд-бука.

Дисциплина нацелена на формирование профессиональных компетенций выпускника: ПК-7, ПК-14, ПК-19, ПК-27, ПК-29.

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с созданием, позиционированием, продвижением, управлением и оцениванием бренда. Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, мастер-классы, практические занятия, самостоятельная работа студента, консультации, тьюторство. Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме проверки и оценки индивидуального домашнего задания, тестирования, экспертной оценки, рубежный контроль в форме тестирования и промежуточный контроль в форме интерактивного экзамена, включающего в себя научный доклад с мультимедийной презентацией на конференции, посвященной развитию деятельности по созданию, позиционированию и продвижению бренда.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 4 зачетных единиц, 144 часа.

Программой дисциплины предусмотрены лекционные (36 часов), практические (36 часов) занятия и 72 часа самостоятельной работы студента