

| | | | | | |
|---|--------------|---|--|---------------------|--------------------------------|
| Наименование дисциплины | | Брендинг в международном менеджменте | | | |
| Курс | 1 | Семестр | 6 | Трудоемкость | 3 ЗЕ, 108 ч (45 ч. ауд. зан.) |
| Виды занятий | ЛК, ПЗ | Формы аттестации | | зач | |
| Интерактивные формы обучения | формы | | Интерактивные лекции, деловая игра, кейс-стади, дискуссия, тестирование. | | |
| Цели освоения дисциплины | | | | | |
| Целями освоения дисциплины «Брендинг в международном менеджменте» является: -обучение основным знаниям и навыкам профессиональной работы в сфере брендинга, -формирование у студентов научных представлений о бренде и его потребителе, а также практических навыков создания бренда. | | | | | |
| Место дисциплины в структуре ОПОП | | | | | |
| Дисциплина является дисциплиной по выбору и относится к одной из дисциплин вариативной части профессионального цикла БЗ.В.ДВ.4. | | | | | |
| Основное содержание | | | | | |
| 1 Брендинг как технология формирования лояльности потребителей к марочному продукту. 2 Экономическая сущность бренда. 3 Брендинг в системе современного маркетинга. 4 Процесс проектирования бренда. 5 Стратегии позиционирования бренда. 6 Глобальный брендинг. | | | | | |
| Формируемые компетенции | | | | | |
| <p>общекультурные компетенции (ОК):</p> <ul style="list-style-type: none"> - владение навыками поиска, анализа и использования нормативных и правовых документов в своей профессиональной деятельности (ОПК-1); <p>профессиональные компетенции (ПК)</p> <p>информационно-аналитическая деятельность:</p> <ul style="list-style-type: none"> - способностью оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли (ПК-7); <p>предпринимательская:</p> <ul style="list-style-type: none"> - способностью оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели (ПК-13). | | | | | |
| Образовательные результаты | | | | | |
| В результате освоения дисциплины обучающийся должен: | | | | | |
| знать | | | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> • сущность брендинга как технологии формирования лояльности потребителей к марочному товару; • основные отличия понятий «торговая марка», «бренд», «товар»; • экономическую сущность бренда; • процесс создания имиджа корпоративной и торговой марки; • ключевые элементы структуры бренда; • стратегии позиционирования бренда на международном рынке. | | | | | |
| уметь | | | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> • использовать основные приемы формирования бренда-идентификатора и бренда- | | | | | |

| | |
|---|----------------|
| <p>впечатления в бизнес-деятельности компании;</p> <ul style="list-style-type: none"> • разрабатывать элементы коммуникаций в брендинге; • применять способы и инструменты брендинга в профессиональной деятельности компании; • анализировать, выявлять содержательные характеристики образа марки; • определять особенности элементов брендовой идентичности конкретного марочного объекта. <p>владеть</p> <ul style="list-style-type: none"> • специальными маркетинговыми и коммуникационными терминами, используемыми в практике брендинга; • механизмом формирования образа марочного товара; • арсеналом рекламных и PR-средств по проведению коммуникаций в брендинге; • навыками оценки эффективности бренда; • методологией организации коммуникаций в брендинге. | |
| Взаимосвязь дисциплины с профессиональной деятельностью выпускника | |
| <p>Освоение дисциплины» обеспечивает решение выпускником задач будущей профессиональной деятельности, а именно: знание основ брендинга; умение разрабатывать, продвигать и использовать бренды; понимание особенностей брендинга в международной экономической деятельности.</p> | |
| Ответственная кафедра | |
| Управления и экономико-математического моделирования | |
| Составители | Подписи |
| К.э.н, доцент Н.В. Смирнова | |
| | |
| Дата | |