

АННОТАЦИЯ

учебной дисциплины «Бренд-менеджмент»
Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент
Образовательная программа «Цифровой маркетинг и цифровая логистика»
Отделение социально-экономических наук (О)

Целью дисциплины является ознакомление студентов с новейшими технологиями и инструментами бренд-менеджмента, примерами продвижения и управления брендами в потребительской, промышленной, политической сферах.

Задачи дисциплины:

- изучение технологий и инструментов бренд-менеджмента в его коммуникативном, потребительском, социальном, политическом, гуманитарном, прикладном и профессиональном измерении;
- изучение принципов и технологий современного коммуникативного процесса и бренд-коммуникаций;
- усвоение навыков аналитической, креативной и инновационной деятельности при проектировании, продвижении и капитализации брендов, управлении брендингом в коммерческой и некоммерческой сфере;
- овладение современными методиками оценки брендинга.

Место дисциплины в структуре образовательной программы:

Дисциплина реализуется в рамках части, формируемой участниками образовательных отношений и относится к профессиональному модулю «Дисциплина по выбору (Б1.В.ДВ.5)», изучается на 4 курсе в 7 семестре.

Общая трудоемкость дисциплины:

3 зачетные единицы

Компетенции, формируемые в результате освоения учебной дисциплины:

ПК-6 – Способен владеть навыками продвижения на рынок инвестиционных проектов.

Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины:

знать:

- способы стимулирования сбыта и внедрения на рынок инновационных продуктов.

уметь:

- анализировать рынок высокотехнологичной продукции и оценивать ее конкурентоспособность.

владеть:

- навыками применения методов стратегического анализа и планирования.

Форма итогового контроля:

Зачёт с оценкой.