

АННОТАЦИЯ

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

Цель изучения дисциплины - ознакомление студентов с новейшими технологиями и инструментами формирования и управления фирменным стилем, приемами продвижения и управления брендами в потребительской, промышленной, политической сферах.

Задачи дисциплины:

- изучение технологий и инструментов управления фирменным стилем в его коммуникативном, потребительском, социальном, политическом, гуманитарном, прикладном и профессиональном измерении;
- изучение принципов и технологий современного коммуникативного процесса;
- освоение компетенций аналитической, креативной и инновационной деятельности при проектировании, продвижении и капитализации брендов, управления фирменным стилем;
- овладение современными методиками оценки применения фирменного стиля.

Место дисциплины в структуре образовательной программы:

дисциплина реализуется в рамках вариативной части, формируемой участниками образовательных отношений, изучается на 3 курсе в 5 семестре.

Общая трудоемкость дисциплины:

2 зачетные единицы

Компетенции, формируемые в результате освоения учебной дисциплины:

ПК-7 – способен оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели;

ПК-4.2 - способен осуществлять коммуникации и поддерживать внимание потребителей в соц сетях.

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

З-ПК-7 Знать: методы оценки бизнес-среды организации.

У-ПК-7 Уметь: анализировать окружающую среду организации.

В-ПК-7 Владеть: методами формулирования бизнесидеи, навыками разработки маркетингового и финансового плана развития бизнеса.

З-ПК-4.2 знать типы аудиторий в различных соц сетях.

У-ПК-4.2 уметь использовать современные инструменты информирования и продвижения в соц сетях.

В-ПК-4.2 владеть навыками оформления и ведения сообществ в социальных сетях.

Форма итогового контроля:

Зачёт.