

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:

ФИО: Худин Александр Николаевич

Должность: Ректор

Дата подписания: 26.02.2018 11:48:51

Уникальный программный ключ:

08303ad8de1c60b987361de7085acb509ac3da14b44b362na0ee37e75a19

## МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

"Курский государственный университет"

Кафедра маркетинга и управления персоналом

УТВЕРЖДЕНО

протокол заседания

Ученого совета от 24.04.2017 г., №10

### Рабочая программа дисциплины

### Брендинг

Направление подготовки: 38.03.02 Менеджмент

Профиль подготовки: Маркетинговая деятельность

Квалификация: бакалавр

Факультет экономики и менеджмента

Форма обучения: очная

Общая трудоемкость 3 ЗЕТ

Виды контроля в семестрах:

зачет(ы) 7

#### Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	7 (4.1)		Итого	
	Неделя			
Вид занятий	уп	рпд	уп	рпд
Лекции	18	18	18	18
Практические	36	36	36	36
В том числе инт.	12	12	12	12
Итого ауд.	54	54	54	54
Контактная работа	54	54	54	54
Сам. работа	54	54	54	54
Итого	108	108	108	108

**1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

1.1	Изучение принципов и технологий формирования брендов, понимание роли и предназначения брендов в коммерческой и некоммерческой деятельности в системе менеджмента.
1.2	Задачи освоения дисциплины:
1.3	- углубление теоретических знаний в области брендинга;
1.4	- приобретение концептуальных и методологических знаний о создании сильных брендов;
1.5	- усвоение навыков аналитической, креативной и инновационной деятельности при проектировании, продвижении и капитализации брендов;
1.6	- управление брендингом в коммерческой и некоммерческой сфере;
1.7	- знакомство с новыми технологиями брендинга и практической деятельностью бренд-менеджера;
1.8	- формирование у магистров ответственного и творческого отношения к научно-исследовательской деятельности.

**2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП**

Цикл (раздел) ООП:	Б1.В.ДВ.10
--------------------	------------

**3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)****ОК-1: способностью использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции****Знать:**

теоретические основы формирования брендинга в системе маркетинга

**Уметь:**

анализировать теоретический массив

**Владеть:**

навыками синтеза информации

**ОПК-7: способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности****Знать:**

сущность брендинга

**Уметь:**

применять творческий потенциал для реализации профессиональных задач

**Владеть:**

навыками исследования истории маркетинга и брендинга

**ПК-15: умением проводить анализ рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений, в том числе при принятии решений об инвестировании и финансировании****Знать:**

сущность и классификацию рыночных рисков в маркетинговой деятельности

методы анализа и особенности рисков в сфере брендинга

методы управления рыночными и специфическими рисками в сфере брендинга

**Уметь:**

проводить анализ управленческой ситуации

анализировать и оценивать риски, связанные с финансированием брендинга
анализировать и управлять рисками в брендинге
<b>Владеть:</b>
методами анализа информации
навыками анализа и оценки рисков в управленческой деятельности
навыками управления рисками в процессе брендинга