

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Белгородский Валерий Савельевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 12.10.2023 12:32:15
Уникальный программный ключ:
8df276ee93e17c18e7bee9e7cad2d0ed9ab8243

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Стратегическое управление модным брендом

| | |
|---|--|
| Уровень образования | магистратура |
| Направление подготовки | 38.004.02 Менеджмент |
| Профиль | Стратегическое управление финансами в модном бизнесе |
| Срок освоения образовательной программы по очной форме обучения | 2 года |
| Форма обучения | очно-заочная |

Учебная дисциплина «Стратегическое управление модным брендом» изучается в четвертом модуле

Курсовая работа не предусмотрена

1.1. Форма промежуточной аттестации: экзамен

четвертый семестр - экзамен

1.2. Место учебной дисциплины в структуре ОПОП

Учебная дисциплина «Стратегическое управление модным брендом» относится к обязательной части программы.

1.3. Цели и планируемые результаты обучения по дисциплине

приобретение обучающимся целостных, систематизированных знаний, о функциях брендов и их классификации в индустрии моды, о моделях и методах стратегического управления модным брендом на разных стадиях его развития;

- применение основных инструментариев стратегического управления брендом на практике для проектирования новых модных брендов и проведения анализа существующих брендов, разработки и реализации стратегии их развития;

- формирование современного комплексного и целостного представления о современных технологиях позиционирования и продвижения модных брендов в условиях цифровизации экономики;

- формирование у обучающихся компетенций, установленных образовательной программой в соответствии с ФГОС ВО по данной дисциплине

Результатом обучения по учебной дисциплине является овладение обучающимися знаниями, умениями, навыками и опытом деятельности, характеризующими процесс формирования компетенций и обеспечивающими достижение планируемых результатов освоения учебной дисциплины

Формируемые компетенции и индикаторы достижения компетенций:

| Код и наименование компетенции | Код и наименование индикатора достижения компетенции |
|---|--|
| ОПК-3 Способен самостоятельно принимать обоснованные организационно- | ИД-ОПК3.1 Выявление и формулирование проблемы в деятельности организации, разработка управленческих решений и |

| Код и наименование компетенции | Код и наименование индикатора достижения компетенции |
|--|--|
| управленческие решения, оценивать их операционную и организационную эффективность, социальную значимость, обеспечивать их реализацию в условиях сложной (в том числе кросс-культурной) и динамичной среды; | обоснование их с позиций социально-экономической эффективности, учитывая кросс-культурную среду |
| ПК-1- Способен разрабатывать, тестировать и внедрять инновационные товары (услуги), создавать нематериальные активы (бренды) и управлять ими в организации | ИД-ПК1.1 Знание понятийного аппарата в области маркетинговых составляющих инноваций, инновационных товаров (услуг), нематериальных активов (брендов) |
| | ИД-ПК-1.2 Создание нематериальных активов (бренды) и внедрение их на рынок, определение конкурентоспособного ассортимента товаров и услуг организации |

Общая трудоёмкость учебной дисциплины по учебному плану составляет:

| | | | | |
|----------------------------------|---|------|-----|------|
| по очно-заочной форме обучения – | 5 | з.е. | 180 | час. |
|----------------------------------|---|------|-----|------|