

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Белгородский Валерий Савельевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 25.06.2024 14:20:30
Уникальный программный ключ:
8df276ee93e17c18e7bee9e7cad2d0ed9ab82473

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Персональный брендинг

Уровень образования	бакалавриат
Направление подготовки	38.03.02 Менеджмент
Направленность (профиль)	Маркетинг и бренд-менеджмент
Срок освоения образовательной программы по очной форме обучения	4 года
Форма обучения	Очная

Учебная дисциплина «Персональный брендинг» изучается в седьмом семестре.
Курсовая работа/курсовой проект – не предусмотрены.

- 1.1. Форма промежуточной аттестации: зачет
- 1.2. Место учебной дисциплины в структуре ОПОП

Учебная дисциплина «Персональный брендинг» к дисциплинам части, формируемой участниками образовательных отношений.

- 1.3. Цели и планируемые результаты обучения по дисциплине

Целями изучения дисциплины «Персональный брендинг» является:

- получение обучающимися необходимых теоретических и приобретение практических навыков в области создания, развития, продвижения бренда;
- формализация процесса управления брендом;
- изучение вопросов, связанных с созданием системы управления эффективностью бренда;
- формирование навыков научно-теоретического подхода к решению задач профессиональной направленности и практического их использования в дальнейшей профессиональной деятельности;
- 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	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ПК-2 Способен определять подходящие инструменты комплекса маркетинга и бренд-менеджмента и применять их для управления брендом в процедурах реализации управленческих задач	ИД-ПК-2.2 Измерение имиджа бренда и организация взаимоотношений с потребителями.	<ul style="list-style-type: none"> - Определяет подходящие инструменты комплекса маркетинга для измерения имиджа бренда; - Участвует в управлении проектами (ресурсами), - Применяет на практике знания для принятия управленческих решений в области управления брендом; - Способен анализировать целевую аудиторию бренда и организовывать взаимоотношения с ней
ПК-4 Способен реализовывать маркетинговые программы с использованием инструментария бренд-менеджмента и маркетинга, направленного на формирование программ лояльности потребителей	ИД-ПК-4.1 Реализация программ и проектов, направленных на формирование и поддержание желаемого образа бренда	<ul style="list-style-type: none"> - Применяет на практике методы управления портфелем брендов, направленные на формирование программ лояльности потребителей; - Использует инструментарий бренд-менеджмента для формирования образа бренда; - Оценивает сопутствующие маркетинговым мероприятиям риски, внедряет мероприятия по формированию репутации бренда

Общая трудоёмкость учебной дисциплины по учебному плану составляет:

по очной форме обучения –	3	з.е.	96	час.
---------------------------	---	------	----	------