

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Белгородский Валерий Савельевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 19.09.2023 16:04:42
Уникальный программный ключ:
8df276ee93e17c18e7bee9e7cad2d0ed9ab82473

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Брендинг в проектном управлении

Уровень образования	бакалавриат
Направление подготовки	38.03.02 Менеджмент
Направленность (профиль)	Управление проектами
Срок освоения образовательной программы по очной форме обучения	4 года
Форма обучения	Очная

Учебная дисциплина «Брендинг в проектном управлении» изучается в восьмом семестре.
Курсовая работа/курсовой проект – не предусмотрены.

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

Учебная дисциплина «Управление брендом» к дисциплинам части, формируемой участниками образовательных отношений.

- 1.3. Цели и планируемые результаты обучения по дисциплине

Целями изучения дисциплины «Брендинг в проектном управлении» 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-6 Способен выявлять все заинтересованные стороны проекта и взаимодействовать с ними, в том числе с куратором, заказчиком и другими, планировать и управлять коммуникациями и распространением информации, относящейся к проекту.	ИД-ПК-6.2 Определение целей и разработка планов управления коммуникациями проекта с учетом ожиданий заинтересованных сторон проекта и факторов внешней и внутренней среды, определять регламенты коллективной работы	<ul style="list-style-type: none"> - Разрабатывает модели создания и управления брендами, в том числе, сильными брендами. Знает особенности перехода от модели бренд-менеджмента к модели бренд-лидерства. - Решает задачи стратегического анализа бренда, - Формирует стратегию развития бренда во времени и его усиления и разрабатывает мероприятия по стимулированию сбыта товаров.
	ИД-ПК-6.3 Определение заинтересованных сторон, их основных характеристик, требований и ожиданий, использование методов анализа заинтересованных сторон, методы установления эффективных связей в проекте, формальное и неформальное взаимодействие, способы связи.	<ul style="list-style-type: none"> - Анализирует спрос, применяет на практике знания для принятия управленческих решений в области управления брендом; - Применяет на практике методы анализа заинтересованных сторон, методы установления эффективных связей в проекте, формальное и неформальное взаимодействие, способы связи; - Внедряет мероприятий по стимулированию сбыта товаров и оптимизации торгового ассортимента в условиях различных мнений и неопределенности

Общая трудоёмкость учебной дисциплины по учебному плану составляет:

по очной форме обучения –	5	з.е.	180	час.
---------------------------	---	------	-----	------