|  |
| --- |
| **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ****УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ** |
| **Брендинг стартапа** |
| Уровень образования  | бакалавриат |
| Направление подготовки | 38.03.02 Менеджмент |  |
| Профиль | Маркетинг и бренд-менеджмент  |
| Срок освоения образовательной программы по очной форме обучения | 5 лет |
| Форма обучения | Очно-заочная |

* + - 1. Учебная дисциплина «Брендинг стартапа» изучается в восьмом семестре.
			2. Курсовая работа/курсовой проект – не предусмотрены.

## Форма промежуточной аттестации: зачет

## Место учебной дисциплины в структуре ОПОП

* + - 1. Учебная дисциплина «Брендинг стартапа» относится к элективным дисциплинам в части дисциплин, формируемых участниками образовательных отношений.

## Цели и планируемые результаты обучения по дисциплине

* + - 1. Целями изучения дисциплины «Брендинг стартапа» являются:

- изучение понятий «брендинг», «стартап», «брендинг стартапа» как основ изучения, анализа и формирования брендинга стартапа; изучение особенностей, этапов и инструментов брендинга стартапа для формирования программ поддержания лояльности покупателей, а также для реализации маркетинговых программ и стратегий;

* + - 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.
			1. 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** |
| --- | --- |
| ПК-3Способен анализировать текущую рыночную конъюнктуру. | ИД-ПК-3.3Использование инструментария маркетинга и бренд-менеджмента для формирования эффективных маркетинговых программ |

## Общая трудоёмкость учебной дисциплины по учебному плану составляет:

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| по очной форме обучения –  | 3 | **з.е.** | 108 | **час.** |