

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Белгородский Валерий Савельевич  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 19.09.2023 17:14:51  
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 очно-заочной форме обучения	4 года 6 мес.
Форма обучения	Очно-заочная

Учебная дисциплина «Персональный брендинг» изучается на восьмом 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 корпоративного бренда;
- формализация процесса управления корпоративным брендом;
- изучение вопросов, связанных с созданием системы управления эффективностью корпоративного 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"> <li>- Определяет подходящие инструменты комплекса маркетинга для измерения имиджа бренда;</li> <li>- Участвует в управлении проектами (ресурсами),</li> <li>- Применяет на практике знания для принятия управленческих решений в области управления брендом;</li> <li>- Способен анализировать целевую аудиторию бренда и организовывать взаимоотношения с ней</li> </ul>
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"> <li>- Применяет на практике методы управления портфелем брендов, направленные на формирование программ лояльности потребителей;</li> <li>- Использует инструментарий бренд-менеджмента для формирования образа бренда;</li> <li>- Оценивает сопутствующие маркетинговым мероприятиям риски, внедряет мероприятия по формированию репутации бренда</li> </ul>

Общая трудоёмкость учебной дисциплины по учебному плану составляет:

по очно-заочной форме обучения –	3	<b>з.е.</b>	108	<b>час.</b>
----------------------------------	---	-------------	-----	-------------