

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Белгородский Валерий Савельевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 25.06.2024 14:30:07
Уникальный программный ключ:
8df276ee93e17c18e7bee9e7cad2d0ed9ab82473

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Имидж в управлении персоналом

| | |
|---|------------------------------|
| Уровень образования | Бакалавриат |
| Направление подготовки | 38.03.02 Менеджмент |
| Профиль | Маркетинг и бренд-менеджмент |
| Срок освоения образовательной программы по очной форме обучения | 4 года 6 мес. |
| Форма обучения | Очно-заочная |

Учебная дисциплина «Имидж в управлении персоналом» изучается на пятом курсе в девятом семестре.

Курсовая работа – не предусмотрена

- 1.1. Форма промежуточной аттестации
девятый семестр - зачет с оценкой
- 1.2. Место учебной дисциплины в структуре ОПОП

Учебная дисциплина «Имидж в управлении персоналом» относится к части программы, формируемой участниками образовательных отношений.

- 1.3. Цели и планируемые результаты обучения по дисциплине

Целями изучения дисциплины «Имидж в управлении персоналом» являются:

- получение теоретических знаний и формирование навыков научно-теоретического подхода к решению задач профессиональной направленности и практического их использования в дальнейшей профессиональной деятельности;
 - формирование у обучающихся компетенции(-й), установленной(-ых) 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 компетенции(й) 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. | - определяет особенности процесса осуществления стратегического анализа для проведения анализа взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений - знает основы планирования маркетинговой деятельности, относящейся к определенному бренду |
| | ИД-ПК-2.3 Планирование маркетинговой деятельности, относящейся к определенному бренду | |

| Код и наименование компетенции | Код и наименование индикатора достижения компетенции | Планируемые результаты обучения по дисциплине |
|---|---|---|
| | | - анализирует инструменты комплекса бренд-менеджмента и применяет их для управления брендом в процедурах реализации управленческих задач |
| 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 | - умеет принимать обоснованные управленческие решения в организации мероприятий по формированию имиджа в управлении персоналом - учитывает на практике факторы и условия для осуществления стратегического анализа взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений по созданию новых брендов - владеет знаниями брендинга для выбора оптимальных способов реализации мероприятий по формированию имиджа бренда с представлением вероятных последствий принятия управленческих решений |

Общая трудоёмкость учебной дисциплины по учебному плану составляет:

| | | | | |
|----------------------------------|---|-------------|-----|-------------|
| по очной форме обучения – | | з.е. | | час. |
| по очно-заочной форме обучения – | 5 | з.е. | 160 | час. |
| по заочной форме обучения – | | з.е. | | час. |