

Документ подписан простой электронной подписью
 Информация о владельце:
 ФИО: Белгородский Валерий Савельевич
 Должность: Ректор
 Дата подписания: 19.06.2025 16:33:26
 Уникальный программный ключ:
 8df276ee93e17c18e7bee9e7cad2d0ed9ab82473

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Стратегическое планирование рекламы и PR

Уровень образования	бакалавриат
Направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность (профиль)	Стратегические коммуникации и бренд-аналитика
Срок освоения образовательной программы по очной форме обучения	4 года
Форма(-ы) обучения	очная

Учебная дисциплина «Управление портфелем брендов» изучается в шестом семестре.
 Курсовая работа – не предусмотрена.

1.1. Форма промежуточной аттестации

зачет

1.2. Место учебной дисциплины в структуре ОПОП

Учебная дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений.

1.3. Цели и планируемые результаты обучения по дисциплине

Целью освоения дисциплины «Управление портфелем брендов» является выработка у студентов профессионального взгляда на деятельность по созданию и управлению портфелем брендов, что поможет им в будущем разрабатывать конкурентноспособные и охраноспособные торговые марки, определять их позиционирование и имидж, управлять их развитием с учетом маркетинговых стратегий фирмы.

Результатом обучения по дисциплине является овладение обучающимися знаниями, умениями, навыками и (или) опытом деятельности, характеризующими процесс формирования компетенций и обеспечивающими достижение планируемых результатов освоения дисциплины.

Формируемые компетенции и индикаторы достижения компетенций:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
ПК-1 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий государственных и негосударственных структур	ИД-ПК-1.1 Осуществление стратегического и тактического планирования мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии
	ИД-ПК-1.2 Применение современных технологий при разработке стратегии продвижения коммуникационного продукта с применением инструментов бизнес-аналитики
	ИД-ПК-1.3 Внедрение принципов обучения служением для организации коммуникационных мероприятий по заказу социально-ориентированных организаций

Общая трудоёмкость учебной дисциплины по учебному плану составляет:

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

ИД-ПК-1.1;

ИД-ПК-1.2;

ИД-ПК-1.3