

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Белгородский Валерий Савельевич  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 19.06.2025 17:55:43  
Уникальный программный ключ:  
8df276ee93e17c18e7bee9e7cad2d0ed9ab82473

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

### Стратегический бренд-менеджмент

|                                                                 |                              |
|-----------------------------------------------------------------|------------------------------|
| Уровень образования                                             | бакалавриат                  |
| Направление подготовки                                          | 38.03.02 Менеджмент          |
| Направленность (профиль)                                        | Маркетинг и бренд-менеджмент |
| Срок освоения образовательной программы по очной форме обучения | 4 года                       |
| Форма обучения                                                  | Очная                        |

Учебная дисциплина «Стратегический бренд-менеджмент» изучается в седьмом семестре.

Курсовая работа/Курсовой проект – не предусмотрен(а)

#### 1.1. Форма промежуточной аттестации

экзамен

#### 1.2. Место учебной дисциплины в структуре ОПОП

Учебная дисциплина «Стратегический бренд-менеджмент» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений.

#### 1.3. Цели и планируемые результаты обучения по дисциплине

Целями изучения дисциплины «Стратегический бренд-менеджмент» являются:

- изучение принципов и технологий разработки, создания и построения брендов;
- изучение основ управления брендами в компаниях;
- изучение особенностей управления созданием бренда;
- формирование у обучающихся представления об оценке капитала бренда;
- изучение методов организации и проведения конкурентного анализа и принципов формирования систем оценки конкурентоспособности, формирование умений сбора и анализа информации о состоянии макро- и микросреды организации и результатах проведенных исследований;
- формирование навыков по 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 дисциплине является овладение обучающимися знаниями, умениями, навыками и (или) опытом деятельности, характеризующими процесс формирования компетенций и обеспечивающими достижение планируемых результатов освоения дисциплины (модуля).

Формируемые компетенции и индикаторы достижения компетенций:

| Код и наименование компетенции | Код и наименование индикатора достижения компетенции |
|--------------------------------|------------------------------------------------------|
|--------------------------------|------------------------------------------------------|

| Код и наименование компетенции                                                                                                                                              | Код и наименование индикатора достижения компетенции                                                                                                                  |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ПК-1 Способен выполнять поиск, сбор и анализ информации для реализации функций бренд-менеджмента и проведения маркетингового исследования                                   | ИД-ПК-1.2 Использование средств получения и обработки маркетинговой информации, используемой для проведения маркетингового исследования и повышения потенциала бренда |
| 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.                                                                                      |
| ПК-3 Способен анализировать текущую рыночную конъюнктуру                                                                                                                    | ИД-ПК-3.3 Использование инструментария маркетинга и бренд-менеджмента для формирования эффективных маркетинговых программ.                                            |

Общая трудоёмкость учебной дисциплины (модуля) по учебному плану составляет:

|                           |   |             |     |             |
|---------------------------|---|-------------|-----|-------------|
| по очной форме обучения – | 4 | <b>з.е.</b> | 128 | <b>час.</b> |
|---------------------------|---|-------------|-----|-------------|