

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебной работе
А.С. Огрин



АННОТАЦИЯ

Учебной дисциплины **«Брендинг»**

Направление подготовки **42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»**

Профиль **«Реклама и связи с общественностью в коммерческих и некоммерческих организациях»**

Программа разработана на кафедре **дизайна**

Место дисциплины в учебном плане	Дисциплина «Брэндинг» относится к дисциплинам по выбору вариативной части блока Дисциплины (модули).
Цель изучения дисциплины	Практическое знакомство со сферой социальной коммуникации.
Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины	<p>ОПК-3 - обладать базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга;</p> <p>ПК-4 - владеть навыками подготовки проектной документации (техико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт);</p> <p>ПК-8 - способность организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы;</p> <p>ПК-9 - способность проводить маркетинговые исследования.</p>
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> • общие принципы и этапы проведения рекламных, PR-кампаний; • предмет и средства маркетинговых исследований; • основы психологии делового общения; • задачи, этапы и основные средства медиа-планирования. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> • самоорганизовываться и продумывать собственную индивидуальную траекторию в системе выполняемых работ, выводящую их к тем коммуникационным специализациям, которые они наметили для себя как предпочтительные; • использовать основные способы и инструменты формирования бренда-идентификатора и бренда-впечатления в бизнес-деятельности компании; • разрабатывать модель позиционирования бренда на рынке; • применять способы и инструменты брэндинга в профессиональной деятельности компании.

	<p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> • приемами, средствами проведения рекламных, PR-кампаний; • методами маркетинговых исследований; • приемами медиа-планирования; • организацией проектного материала для передачи творческого художественного замысла.
Краткая характеристика учебной дисциплины	Получение общего представления о принципах и особенностях коммуникации в современном обществе. Приемы работы коммуникационных технологий, способов и приемов организации, развития и поддержания связи с индивидуальными и групповыми представителями общества с помощью брендинга. Технология построения бренда. Пирамида бренда. Последовательность и этапы проектирования и формирования бренда.
Форма итогового контроля знаний	Для контроля усвоения студентами данной дисциплины, учебным планом предусмотрен зачет, в форме защиты индивидуального задания по формированию бренда.