

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Сенченко Павел Васильевич
Должность: Проректор по учебной работе
Дата подписания: 03.11.2023 19:56:00
Уникальный программный ключ:
27e516f4c088deb62ba68945f4406e13fd454355

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ СИСТЕМ
УПРАВЛЕНИЯ И РАДИОЭЛЕКТРОНИКИ»
(ТУСУР)

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

ОСНОВЫ БРЕНДИНГА

Уровень образования: **высшее образование - бакалавриат**
Направление подготовки / специальность: **43.03.01 Сервис**
Направленность (профиль) / специализация: **Связи с общественностью (PR) в информационном обществе**
Форма обучения: **очная**
Факультет: **Гуманитарный факультет (ГФ)**
Кафедра: **Кафедра истории и социальной работы (ИСР)**
Курс: **4**
Семестр: **7**
Учебный план набора 2022 года

Объем дисциплины и виды учебной деятельности

Виды учебной деятельности	7 семестр	Всего	Единицы
Лекционные занятия	18	18	часов
Практические занятия	36	36	часов
в т.ч. в форме практической подготовки	14	14	часов
Курсовой проект	18	18	часов
Самостоятельная работа	108	108	часов
Подготовка и сдача экзамена	36	36	часов
Общая трудоемкость	216	216	часов
(включая промежуточную аттестацию)	6	6	з.е.

Формы промежуточной аттестация	Семестр
Экзамен	7
Курсовой проект	7

1. Общие положения

1.1. Цели дисциплины

1. Приобретение студентами теоретических знаний и формирование практических способностей в сфере брендинга и бренд-менеджмента.

1.2. Задачи дисциплины

1. Сформировать представление об основах брендинга, ознакомить с историей его возникновения, мировым и отечественным опытом, с развитием его главных принципов, методов и закономерностей.

2. Раскрыть основы идентичности бренда, составить представление о различиях и общих чертах марки и бренда, соотношении категорий бренда и айдентики.

3. Составить представление о портфеле брендов, его возможных структурах и моделях управления им.

4. Научить конкретным технологиям, методам и приёмам созданию имени бренда, его идентификации и атрибутирования.

5. Способствовать формированию навыков компетентного управления и стратегического планирования в брендинге.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Блок дисциплин: Б1. Дисциплины (модули).

Часть блока дисциплин: Часть, формируемая участниками образовательных отношений.

Модуль дисциплин: Модуль направленности (профиля) (major).

Индекс дисциплины: Б1.В.02.17.

Реализуется с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий.

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО и основной образовательной программой (таблица 3.1):

Таблица 3.1 – Компетенции и индикаторы их достижения

Компетенция	Индикаторы достижения компетенции
Универсальные компетенции	
-	-
Общепрофессиональные компетенции	
-	-
Профессиональные компетенции	
ПК-2. Способен создавать и редактировать информационные ресурсы	ПК-2.1. Знает основные методы поиска информации
	ПК-2.2. Умеет создавать и редактировать информационные материалы
	ПК-2.3. Владеет навыками ведения и модерирования каналов коммуникации

4. Названия разделов (тем) дисциплины

Названия разделов (тем) дисциплины
7 семестр
1 Введение в основы брендинга
2 Разработка и формирование бренда
3 Стратегия бренда и его позиционирование
4 Продвижение бренда
5 Развитие бренда

6 Исследования бренда
7 Планирование эффективных бренд-коммуникаций
8 Основы территориального брендинга
9 Оценка эффективности бренда