

АННОТАЦИЯ
рабочей программы дисциплины «Бренд-менеджмент»
по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент
направленность (профиль) Логистика и управление закупками
(уровень бакалавриата)

Цель освоения дисциплины – формирование у обучаемых компетенций, позволяющих им успешно применять знания, навыки и умения в области бренд-менеджмента для решения профессиональных задач повышения эффективности деятельности организаций различных форм собственности путем разработки и совершенствования их процессов или административных регламентов, в том числе с использованием современных информационных и телекоммуникационных технологий.

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Бренд-менеджмент» - элективная дисциплина направленности (профиля), относящаяся к части, формируемой участниками образовательных отношений, цикла дисциплин Блока 1 структуры программы бакалавриата.

Объем, структура и содержание дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины: 5 зачетные единицы, 180 академических часов.

Тема 1. Бренд и роль брендов в деятельности организации. Бренд и брендинг: основные понятия.

Тема 2. Основы бренд-менеджмента.

Тема 3. Функции и специфика торговой марки.

Тема 4. Создание торговой марки.

Тема 5 Атрибуты и позиционирование торговой марки.

Тема 6. Типология создания торговых марок.

Тема 7. Создание и оценка активов бренда. Капитал бренда.

Тема 8. Управление торговой маркой: сущность и особенности.

Тема 9. Стратегическое развитие бренда во времени.

Тема 10. Стратегические бренд-коммуникационные компании (реклама, PR, продакт плейсмент).

Тема 11. Специальные вопросы брендинга. Тенденции в брендинге.

Тема 12. Международные и глобальные бренды.

Тема 13. Торговая марка в России.