

## 1 Общие положения

Рабочая программа дисциплины «Брендинг» составлена в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации № 512 от 08.06.2017, и основной профессиональной образовательной программы подготовки «Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии» по направлению 42.03.01 "Реклама и связи с общественностью".

Задачи дисциплины	<ul style="list-style-type: none"> <li>•получение системного представления о сущности и составляющих бренда;</li> <li>•получение знаний о технологиях создания и управления брендами;</li> <li>•формирование умений и навыков создания и управления брендами;</li> <li>•продолжение развития профессиональной культуры будущего специалиста в области рекламы и связей с общественностью.</li> </ul>		
Основные разделы / темы дисциплины	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Введение в дисциплину «Брендинг»</li> <li>2. Создание бренда</li> <li>3. Управление брендом</li> </ol>		
Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения	Планируемые результаты обучения по дисциплине	
Профессиональные			
ПК-1 Способен планировать, разрабатывать и осуществлять коммуникационные проекты, владеть отдельными методами их реализации	Знает особенности, технологии и методы планирования, разработки и осуществления проектов в области рекламы и связей с общественностью Умеет самостоятельно использовать традиционные и новейшие методы и технологии разработки и осуществления проектов в области рекламы и связей с общественностью Владеет навыками разработки и осуществления коммуникационных проектов и мероприятий	Знать основные этапы создания бренда Знать основные принципы брендинга Уметь осуществлять размещение рекламной продукции, содержащую информацию о бренде, в каналах массовой коммуникации Уметь управлять брендом Владеть навыками разработки названия бренда Владеть навыками описания бренда	