

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф – Аннотация рабочей программы дисциплины		

**АННОТАЦИЯ  
РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ  
«Основы брендинга и визуализация бренда»**

**по направлению 51.03.01 Культурология  
(бакалавриат)  
Направленность/профиль: Менеджмент культуры**

**1. Цели и задачи освоения дисциплины**

**Цель курса:** формирование у студентов теоретических знаний о брендинге, исторических знаний о формировании брендов разных областей культуры, навыков использования информации, полученной при проведении маркетинговых исследований, в создании и управлении брендами, навыков по осуществлению теоретической деятельности по планированию брендовой политики, а также практикой владения приемами визуализации бренда.


**Задачи изучения дисциплины:**

- теоретические основы брендинга;
- теоретические основы экономической и правовой среды бренда
- особенности социально-культурной среды бренда Основы концепции бренд-менеджмента;
- основополагающие принципы визуализации бренда.

**2. Место дисциплины в структуре ОПОП**

Рабочая программа учебной дисциплины «Основы брендинга и визуализация бренда» Б1.В.1.10 является обязательной и относится к базовой части блока Б1.В.1. «Дисциплины (модули)» основной профессиональной образовательной программы (ОПОП), устанавливаемой вузом. Дисциплина охватывает широкий круг проблем и поэтому связана со многими дисциплинами, направленными на формирование компетенций в деятельности специалиста в сфере менеджмента культуры.

Входящие знания и навыки, необходимые для изучения дисциплины, формируются в результате освоения социогуманитарных предметов в объеме полного общеобразовательного цикла, а также в процессе становления мировоззренческой позиции, а также при изучении дисциплин университетской программы подготовки: «Межкультурные коммуникации», «Теория речевого воздействия», «Риторика», «Основы проектного управления», «Проектная деятельность в сфере культуры», «Маркетинг в сфере культуры», «Управление стартапами в социальном предпринимательстве», «Проектно-технологическая практика», «Правовые основы культурной деятельности». Дисциплина является дополняющей в процессе поэтапного освоения компетенций для ряда курсов: «Менеджмент в социокультурной сфере», «Визуальные методы исследования культуры», «Менеджмент в социокультурной сфере», «Современные финансовые инструменты социального предпринимательства». Дисциплина является предшествующей для следующих дисциплин: «Менеджмент выставочной деятельности», «Культурологические основы делового этикета и международного протокола», «PR-технологии в сфере культуры», «Soft skills тренинг» «Продвижение в сети Интернет», «Имиджология», «Культура массовых коммуникаций», а также для освоения Преддипломной практики, важна для Подготовки к сдаче и сдачи государственного экзамена, Выполнения и защита


Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф – Аннотация рабочей программы дисциплины		

выпускной квалификационной работы.

### 3. Перечень планируемых результатов освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

Код и наименование реализуемой компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с индикаторами достижения компетенций
<p><b>ПК-5:</b> готовность к использованию современного знания о культуре и социокультурной деятельности (концепций и инструментария) в организационно-управленческой работе</p>	<p><b>Знать:</b> особенности содержания основных категорий светского и делового позиционирования; особенности основных подходов к определению и анализу брендов и брендирования, ДНК брендинга, имиджа руководителя и организации; современные направления формирования и поддержания имиджа успешной организации и эффективного руководителя; основные научные и практические проблемы делового позиционирования в управленческой науке</p> <p><b>Уметь:</b> пользоваться приемами, методами и технологиями создания и поддержания имиджа успешной организации, эффективного руководителя, а также представителей различных звеньев персонала организации; распознавать и творчески использовать концепции анализа имиджа руководителя, а также представителей различных звеньев персонала организации; определять специфику восприятия имиджа руководителя и особенности деятельности субъектов управления; пользоваться инструментами анализа имиджа организации, лидера, руководителя, а также представителей различных звеньев персонала организации.</p> <p><b>Владеть:</b> навыками целостного подхода к анализу имиджа организации, а также представителей различных звеньев персонала организации и организации в целом; основами искусства построения и поддержания имиджа лидера и эффективного руководителя; базовыми приемами предотвращения конфликтов в коллективе; методами анализа имиджа эффективного руководителя, также представителей различных звеньев</p>
<p><b>ПК-6:</b> способность применять на практике знание теоретических основ управления в социокультурной сфере, находить и принимать</p>	<p><b>Знать:</b> - принципы взаимодействия культуры, общества и государства, особенности новой управленческой парадигмы в сфере культуры;</p>

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф – Аннотация рабочей программы дисциплины		

управленческие решения в нестандартных ситуациях и готовность нести за них ответственность	<ul style="list-style-type: none"> <li>- методы разработки стратегии и технологии социального партнерства в области культуры;</li> <li>- современные коммуникации в процессе управления культурой;</li> </ul> <p style="text-align: center;"><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- разрешать проблемы, возникающие в ходе реализации организационных отношений;</li> <li>- осуществлять сбор и анализ исходных данных для проектирования культурной политики и прогнозирования тенденций ее развития;</li> </ul> <p style="text-align: center;"><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- пониманием социальной значимости своей будущей профессии, выполнения профессиональной деятельности;</li> <li>- потребностью в профессиональном развитии и быть готовым к повышению своего образовательного и культурного уровня;</li> <li>- готовностью осуществлять контроль соответствия разрабатываемых социальных проектов в сфере молодежной политики действующим общественным нормам экономических, политических и культурных отношений</li> </ul>
--	--

#### **4. Общая трудоемкость дисциплины**

Общая трудоемкость дисциплины составляет **2 ЗЕТ (72 часа)**

#### **5. Образовательные технологии**

В ходе изучения дисциплины используются как традиционные методы и формы обучения (лекции, практические занятия, самостоятельная работа), так и интерактивные формы проведения занятий (дискуссии, мини-конференции, круглые столы, творческая работа в малых группах), что предполагает, во-первых, освоение опыта (компетенций), основанное на взаимодействии студентов и проявление инициативы в процессе освоения предмета; во-вторых, работу с имеющимся опытом студента, его интеллектуальное развитие.

При организации самостоятельной работы используются следующие образовательные технологии: самостоятельная работа (изучение и проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины; работа с первоисточниками; выполнение домашних заданий; работа с интернет-источниками); подготовка к опросам; подготовка к сдаче экзамена.

#### **6. Контроль успеваемости**

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды текущего контроля: устный опрос, участие в дискуссиях, оценка выступлений.

Промежуточная аттестация проводится в форме: **зачет**.