

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Бренд-менеджмент

Программа магистратуры 38.04.02 «Стратегический менеджмент и маркетинг»

Цели и задачи освоения дисциплины

Цель курса “Бренд-менеджмент” - формирование у студентов, получающих квалификацию (степень) «магистр» по программе «Стратегический менеджмент и маркетинг», знаний современных технологий управления торговыми марками организации и первоначальных навыков их практического использования. Изменчивые конкурентные условия, ускоряющийся научно-технический прогресс, требовательные потребительские предпочтения обуславливают необходимость освоения современных и перспективных приемов к разработке и продвижению торговых марок предприятий. В связи с этим возникает необходимость ознакомления с инструментарием бренд-менеджмента при подготовке магистрантов по программе «Стратегический менеджмент и маркетинг»

Задачами курса «Бренд-менеджмент» являются:

- ознакомить студентов с сущностью бренда, торговой марки, марочного имени и товарного знака, их разновидностями;
- рассмотреть этапы разработки стратегии создания и продвижения бренда организации;
- охарактеризовать нормативно-правовые требования к технологиям бренд-менеджмента в РФ;
- определить способы создания торговой марки;
- охарактеризовать приемы продвижения торговых марок на рынке;
- ознакомить студентов с возможностями использования маркетинговых исследований при оценке эффективности бренд-менеджмента фирмы.

Место дисциплины в структуре ОПОП

«Бренд-менеджмент» является дисциплиной по выбору вариативной части и имеет код Б1.В.ДВ.04.02.

Освоение курса «Бренд-менеджмент» базируется на знаниях и умениях, полученных студентами по всем дисциплинам, изучаемым ранее: иностранный язык в профессиональной деятельности и международной коммуникации, технология самоорганизации личности, современные проблемы менеджмента, теория организации и организационное поведение и др.

В свою очередь, курс «Бренд-менеджмент» обеспечивает получение основных теоретических знаний, умений для последующего изучения дисциплин: PR-технологии, Психология в маркетинге, Документообеспечение управленческой и маркетинговой деятельности, Статистические методы в маркетинге, Проектная деятельность, Практика по профилю профессиональной деятельности, Преддипломная практика, Защита выпускной квалификационной работы, включая подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты.

Требования к результатам 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
ПК-2 - Способен разрабатывать и реализовывать маркетинговые программы с использованием инструментов комплекса маркетинга, осуществлять управление маркетинговой деятельностью	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none">• приемы разработки корпоративной стратегии, программ маркетингового развития и изменений;• способы обеспечения реализации корпоративной стратегии, программ развития маркетинговой деятельности и изменений; <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none">• разрабатывать маркетинговые программы с использованием инструментов комплекса маркетинга и обеспечивать их реализацию <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none">• навыками разработки управления маркетинговой деятельностью, используя инструменты комплекса маркетинга

Общая трудоемкость дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных единицы (72 часа)

Образовательные технологии

В ходе изучения дисциплины используются как традиционные методы и формы обучения (лекции, в т.ч. с элементами проблемного изложения, практические занятия, самостоятельная работа), так и интерактивные формы проведения занятий (дискуссии, решение ситуационных задач, проектная работа и др.), что предполагает, во-первых, освоение опыта (компетенций), основанное на взаимодействии студентов и проявление инициативы во взаимодействии как с социальным и физическим окружением, так и с изучаемым содержанием; во-вторых, углубленную работу с имеющимся опытом студента, его качественное преобразование.

При организации самостоятельной работы используются следующие образовательные технологии: самостоятельная работа, сопряженная с основными аудиторными занятиями (проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины, подготовка презентаций, индивидуальные и групповые творческие задания и проекты); подготовка к тестированию; самостоятельная работа под контролем преподавателя в форме плановых консультаций, подготовка к сдаче и сдача зачета; внеаудиторная самостоятельная работа при выполнении студентом домашних заданий аналитического характера.

Контроль успеваемости

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды текущего контроля: устный опрос, тестирование, задания.

Промежуточная аттестация проводится в форме: зачет.