

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Ашмарина Светлана Игоревна

Должность: Ректор ФГБОУ ВО «Самарский государственный экономический университет»

Дата подписания: 03.02.2021 12:32:12

Уникальный программный код:

59650034d6e3a6baac49b7bd0f8e79fea1433ff3e82f1fc7e9279a031181baba

**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования**

«Самарский государственный экономический университет»

Институт менеджмента

Кафедра Маркетинга, логистики и рекламы

АННОТАЦИЯ

Наименование дисциплины Б1.В.01 Бренд-маркетинг

Основная профессиональная образовательная программа Направление 42.03.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ программа "Реклама и связи с общественностью"

Соответствует РПД

« 10 » 04 2020 г.
Ашмарина /УМУ СГЭУ/

Зав. кафедрой Л.А. Сосунова /

Самара 2020

Целью изучения дисциплины является формирование результатов обучения, обеспечивающих достижение планируемых результатов освоения образовательной программы.

1. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина Бренд-маркетинг входит в часть, формируемая участниками образовательных отношений блока Б1.Дисциплины (модули)

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине, обеспечивающие достижение планируемых результатов обучения по программе

Изучение дисциплины Бренд-маркетинг в образовательной программе направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

Профессиональные компетенции (ПК):

ПК УВ-6 - Способен к разработке рекомендаций по формированию имиджа и репутации компании

Планируемые результаты обучения по дисциплине			
Описание ИДК	Знать	Уметь	Владеть (иметь навыки)
ПК УВ-6_ИДК1 Определяет основные направления по работе с имиджем организации, анализирует сложившуюся репутацию компании.	ПК УВ-6з1: Методы оценки имиджа и репутации компании	ПК УВ-6у1: Формировать имидж и деловую репутацию организации	ПК УВ-6в1: Подходами к корректировке сформированного имиджа и складывающейся репутации
ПК УВ-6_ИДК2 Разрабатывает рекомендации по оптимизации деловой репутации компании, а также корректирует имидж организации.	ПК УВ-6з2: Стандарты, этические нормы и принципы, регулирующие информационно-коммуникационную и рекламную деятельность организации	ПК УВ-6у2: Улучшать бизнес-процессы организации в области коммуникационной политики	ПК УВ-6в2: Методами формирования и продвижения имиджа компании, создание положительного образа и репутации
ПК УВ_6_ИДК3 Определяет основные направления по работе с имиджем организации, анализирует сложившуюся репутацию компании. Разрабатывает рекомендации по оптимизации деловой репутации компании, а также корректирует имидж организации.	ПК УВ-6з3: Методы оценки имиджа и репутации компании. Стандарты, этические нормы и принципы, регулирующие информационно-коммуникационную и рекламную деятельность организации.	ПК УВ-6у3: Формировать имидж и деловую репутацию организации. Улучшать бизнес-процессы организации в области коммуникационной политики.	ПК УВ-6в2: Подходами к корректировке сформированного имиджа и складывающейся репутации. Методами формирования и продвижения имиджа компании, создание положительного образа и репутации.

3. Объем и виды учебной работы

Учебным планом предусматриваются следующие виды учебной работы по дисциплине:

Заочная форма обучения

Виды учебной работы	Всего час/ з.е.
	Сем 5
Контактная работа, в том числе:	14.4/0.4
Занятия лекционного типа	4/0.11
Занятия семинарского типа	8/0.22

Индивидуальная контактная работа (ИКР)	0.4/0.01
Групповая контактная работа (ГКР)	2/0.06
Самостоятельная работа, в том числе:	86.6/2.41
Промежуточная аттестация	7/0.19
Вид промежуточной аттестации: Экзамен	Экз
Общая трудоемкость (объем части образовательной программы): Часы	108
Зачетные единицы	3