

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Смирнов Сергей Николаевич
Должность: врио ректора
Дата подписания: 07.09.2023 14:06:49
Уникальный программный ключ:
69e375c64f7e975d4e8830e7b4fcc2ad1bf35f08

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
ФГБОУ ВО «Тверской государственный университет»

Утверждаю:

Руководитель ООП

Беденко Н.Н.

«26» июня 2023 г.



Рабочая программа дисциплины (с аннотацией)

Брендинг

Направление подготовки
38.03.02 Менеджмент

Профиль
Маркетинг

Для студентов 4 курса очной формы обучения

Составитель: Комарова Е.В., к.э.н., доцент

Тверь, 2023

I. Аннотация

1. Цель и задачи дисциплины

Целью освоения дисциплины является формирование у студентов знаний, умений и навыков в области брендинга в целях повышения конкурентоспособности и эффективности функционирования бизнеса.

Задачи дисциплины:

- освоение студентами основных понятий, принципов, средств и методов брендинга;
- осознание студентами необходимости применения знаний в области стратегического анализа позиции, формирования и продвижения бренда для повышения конкурентоспособности бизнеса;
- развитие навыков применения знаний в области брендинга для решения конкретных практических задач.

2. Место дисциплины в структуре ООП

Дисциплина «Брендинг» относится к части учебного плана по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент профиль «Маркетинг», формируемой участниками образовательных отношений.

В логическом и содержательно-методическом контексте дисциплина «Брендинг» взаимосвязана с другими частями образовательной программы, в частности с дисциплинами: Основы предпринимательства, Основы маркетинга, Товарный менеджмент, Маркетинговые исследования и др.

Освоение дисциплины «Брендинг» является предшествующим для проведения всех типов производственной практики, предусмотренных учебным планом, а также для изучения дисциплин: Маркетинг в отраслях и сферах деятельности, Анализ конкуренции, Управление маркетингом и др.

3. Объем дисциплины: 5 зачетных единиц, 180 академических часов, в том числе:

контактная аудиторная работа: лекции 34 часа, практические занятия 34 часа, в т.ч. практическая подготовка 4 часа;

самостоятельная работа: 85 часов, контроль 27 часов.

4. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Планируемые результаты освоения образовательной программы (формируемые компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
---	---

<p>ПК-4 - Способен выявлять новые рыночные возможности, принимать участие в разработке и реализации бизнес-плана создания и развития направлений маркетинговой деятельности и продуктов</p>	<p>ПК-4.2 - Разрабатывает маркетинговый план создания и развития направлений деятельности и продуктов</p>
<p>ПК-5 - Способен проводить маркетинговые исследования, разрабатывать направления маркетинговой деятельности, организовывать и контролировать их реализацию</p>	<p>ПК-5.3 - Разрабатывает маркетинговые программы, организует и контролирует процесс их реализации</p>

5. Форма промежуточной аттестации и семестр прохождения:

- по очной форме обучения – экзамен, 7 семестр;

6. Язык преподавания русский.