

АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Наименование дисциплины (модуля)

Технологии брендинга в масс-медиа

Наименование ОПОП ВО

42.03.01 Реклама и связи с общественностью. Реклама и связи с общественностью

Цели и задачи дисциплины (модуля)

Ц е л ь дисциплины: сформировать у студентов знания о брендинге как коммуникационной технологии, и роли масс-медиа в ее реализации.

Задачи освоения дисциплины:

- сформировать представления о брендинге как коммуникационной технологии;
- сформировать представления о роли масс-медиа в реализации задач в рамках брендинга;
- сформировать навыки по проектированию брендинга.

Результаты освоения дисциплины (модуля)

Планируемыми результатами обучения по дисциплине являются знания, умения, навыки, соотнесенные с компетенциями, которые формирует дисциплина, и обеспечивающие достижение планируемых результатов по образовательной программе в целом. Перечень компетенций, формируемых в результате изучения дисциплины, приведен в таблице 1.

Таблица 1 – Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)

Название ОПОП ВО, сокращенное	Код и формулировка компетенции	Код и формулировка индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине	
			Код результата	Формулировка результата
42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» (Б-РК)	ПКВ-4 : Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций	ПКВ-4.1к : При реализации коммуникационного продукта использует технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и офлайн среде.	РД1	Знание Законов функционирования маркетинговых коммуникаций; мesteобрендинга в системе маркетинговых коммуникаций; категориального аппарата брендинга
			РД2	Навык Навыки методики анализа маркетинговых коммуникаций; методики анализа брендинг; навыки организации и координации проектной работы; принципами оценки эффективности брендинга

			РД3	Умение	Использовать принципы организации и координации проектной работы; использовать основы тайм-менеджмента; применять теоретические положения при описании современного этапа брендинга.
		ПКВ-4.2к : При подготовке текстов рекламы и (или) связей с общественностью использует основные технологии копирайтинга в онлайн и офлайн среде	РД1	Знание	Законов функционирования маркетинговых коммуникаций; мesteобрендинга в системе маркетинговых коммуникаций; категориального аппарата брендинга
			РД2	Навык	Навыки методики анализа маркетинговых коммуникаций; методики анализа брендинг; навыки организации и координации проектной работы; принципами оценки эффективности брендинга
			РД3	Умение	Использовать принципы организации и координации проектной работы; использовать основы тайм-менеджмента; применять теоретические положения при описании современного этапа брендинга.

Основные тематические разделы дисциплины (модуля)

- 1) Сущность брендинга.
- 2) Современные подходы к определению брендинга
- 3) Специфика брендинга.
- 4) Мотивации поведения целевых аудиторий
- 5) Влияние брендинга на экономическое развитие стран и регионов.
- 6) Роль брендов в социокультурном развитии.
- 7) Бренд и поведение потребителей
- 8) Маркетинговые исследования в брендинге.
- 9) Структура и функциональность брендбука.
- 10) Логобук и гайд-лайн.
- 11) Роль мифодезайна в брендинге.
- 12) Проектный метод в брендинге.
- 13) Имидж как этап брендинга

- 14) Специфика формирования имиджа.
- 15) Развитие репутационного капитала как этап в брендинге
- 16) Специфика формирования репутации.
- 17) Программа лояльности в структуре брендинга
- 18) Специфика программы лояльности.

Трудоемкость дисциплины (модуля) и виды учебной работы

Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу с обучающимися (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу по всем формам обучения, приведен в таблице 2.

Таблица 2 – Трудоёмкость дисциплины

Название ОПОП ВО	Форма обуче- ния	Часть УП	Семестр (ОФО) или курс (ЗФО, ОЗФО)	Трудо- емкость	Объем контактной работы (час)						СРС	Форма аттес- тации
				(З.Е.)	Всего	Аудиторная			Внеауди- торная			
						лек.	прак.	лаб.	ПА	КСР		
42.03.01 Реклама и связи с общественностью	ЗФО	Б1.В	4	3	13	4	8	0	1	0	95	3

Составители(ль)

*Афонин А.А., старший преподаватель, Высшая школа кино и телевидения,
AA.Afonin@vvsu.ru*