

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Байханов Исмаил Баутдинович
Должность: Ректор
Дата подписания: 18.07.2023 16:40:30
Уникальный программный ключ:
442c337cd125e1d014f62698c9d813e502697764

Аннотация
к рабочей программе дисциплины
Б1.В.ДВ.01.01 БРЕНДИНГ
Направление подготовки
44.03.05 Педагогическое образование
(с двумя профилями подготовки)
Профили – «Технология» и «Дополнительное образование (предпринимательская деятельность)»
Квалификация (степень) выпускника
Бакалавр

1. Цель освоения дисциплины (модуля)

Целью дисциплины «Брендинг» является 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.

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина Б1.В.ДВ.01.01 «Брендинг» относится к вариативным дисциплинам по выбору и входит в предметно-методический модуль "Дополнительное образование (предпринимательская деятельность)" основной образовательной программы по направлению 44.03.05 Педагогическое образование (с двумя профилями подготовки), профили «Технология» и «Дополнительное образование (предпринимательская деятельность)». Для освоения дисциплины «Брендинг» студенты используют знания, умения, навыки, сформированные в ходе изучения дисциплины «Маркетинг», «Финансово-экономический практикум».

Дисциплина «Брендинг» изучается в 9 семестре.

3. Требования к результатам освоения дисциплины (модуля):

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие следующих компетенций:

- ПК-1. Способен осваивать и использовать базовые научно-теоретические умения по предмету в профессиональной деятельности

В результате изучения дисциплины (модуля) «Брендинг» обучающийся должен:

Код и наименование компетенции	и	Код и наименование индикатора (индикаторов) достижения компетенции	Показатели достижения компетенции
ПК-1.	Способен	ПК-1.1. Объясняет,	Знать: особенности

<p>осваивать и использовать базовые научно-теоретические умения по предмету в профессиональной деятельности</p>	<p>(интерпретирует) содержание ,сущность, закономерности, особенности изучаемых явлений и процессов, базовые теории в предметной области; принципы, определяющие место предмета в общей картине мира.</p> <p>ПК-1.2. Демонстрирует знание основ общетеоретических дисциплин в объеме ,необходимых для решения педагогических, научно-методических и организационно-управленческих задач.</p> <p>ПК-1.3 Применяет навыки комплексного поиска, анализа и систематизации информации по изучаемым проблемам с использованием различных источников. Научной и учебной литературы, информационных баз данных, формирует собственные мнения и суждения, аргументирует свою позицию</p>	<p>содержания основных категорий светского и делового позиционирования; особенности основных подходов к определению и анализу брендов и брендинга, ДНК 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>Уметь: 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>Владеть: навыками целостного подхода к</p>
---	---	---

		<p>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 персонала организации.</p>
--	--	--

4. Общая трудоёмкость дисциплины (модуля) составляет 3 зачётные единицы (108 ч.)

5. Основные разделы дисциплины (модуля):

Тема 1. Сущность и содержание брендинга.
Тема 2. Создание бренда
Тема 3. Нейминг в брендинге
Тема 4. Позиционирование бренда
Тема 5. Управление портфелем бренда
Тема 6. Продвижение бренда

6. Формы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации:
9 семестр – зачет.