

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Смирнов Сергей Николаевич  
Должность: врио ректора  
Дата подписания: 06.06.2022 16:44:45  
Уникальный программный ключ:  
69e375c64f7e975d4e8830e7b4fcc2ad1b55f08

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



Утверждаю:  
Руководитель ООП  
Беденко Н.Н.  
«30» 03 2021 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, 2021

## **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.**