

Б.1.В.ДВ.4.1 Бренд-менеджмент

Цель дисциплины

- дать студентам, специализирующимся в области менеджмента и маркетинга, системное представление о процессе разработки и управления брендом предприятия;
- подробно рассмотреть все аспекты деятельности компании в сфере создания и продвижения бренда, основных его ценностей и реализуемых под торговой маркой товаров и услуг с помощью классических и современных инструментов маркетинга.

Учебные задачи дисциплины

- понять роль и место бренд-менеджмента в повышении конкурентоспособности предприятий и организаций;
- понять связь бренд-менеджмента с общей стратегией развития предприятия;
- эффективно использовать основные инструменты и технологии бренд-менеджмента для реализации целей развития предприятий и организаций;
- владеть навыками и методиками разработки и создания бренда;
- рационально использовать методики оценки эффективности реализации мероприятий в области бренд-менеджмента.

Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина Б.1.В.ДВ.4.1 «Бренд-менеджмент» размещается в вариативной части учебного плана по направлению «Менеджмент» и является дисциплиной по выбору студента.

Дисциплина основывается на знании следующих дисциплин: Б.1.Б.9.1 «Макроэкономика», Б.1.Б.9.2 «Микроэкономика», Б.1.Б.10.1 «Теория организации», Б.1.В.ОД.5 «Маркетинг».

Для успешного освоения дисциплины Б.1.В.ДВ.4.1 «Бренд-менеджмент» студент должен:

Знать:

- способы сбора и обработки данных, обобщения, анализа информации (ПК-9);
- методики расчета социально-экономических показателей (ОК-3, ПК-9);
- методы анализа данных, необходимых для решения поставленных экономических задач, методами и способами, и средствами получения, хранения и переработки информации (ПК-9).

Уметь:

- собирать и обрабатывать данные с помощью различных математических методов, выполнять необходимые для составления экономических разделов планов расчеты, иметь навыки работы с компьютером как средством управления информацией (ПК-9);
- выполнять необходимые для составления экономических разделов планов расчеты, обосновывать их и представлять результаты работы в соответствии с принятыми в организации стандартами, выбирать инструментальные средства для обработки данных в соответствии с поставленной задачей (ОК-3);
- оценивать предлагаемые варианты управленческих решений и разработать и обосновать предложения по их совершенствованию (ОК-3, ОПК-3)

Владеть:

- навыками сбора и обработки необходимых данных, навыками работы с компьютером как средством управления информацией, способен работать с информацией в глобальных компьютерных сетях (ОК-3, ПК-9);
- методологией использования для решения коммуникативных задач основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации, имеет навыки работы с компьютером как средством управления информацией, способен работать с информацией в глобальных компьютерных сетях (ОК-5, ОПК-3, ПК-9)

Изучение дисциплины необходимо для дальнейшего изучения таких дисциплин, как: Б.1.Б.17 «Стратегический менеджмент», Б1.В.ОД.13 «Бизнес-планирование» и Б1.В.ДВ.6.2 «Оценка и управление стоимостью бизнеса».

Требования к результатам освоения содержания дисциплины

В результате освоения дисциплины должны быть сформированы профессиональные компетенции:

организационно-управленческая деятельность

ПК-6 - способность участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений

Знать:

- понятийно-категориальный аппарат проектного менеджмента, его отличительные признаки, сущность и классификацию управления проектами, место и роль управления проектами в менеджменте организации;
- принципы организации внедрения технологических и продуктовых инноваций.

Уметь:

- осуществлять структуризацию и отбор проектов, определять цикл проекта, использовать программное обеспечение управления проектами;
- ставить цели и формировать задачи, связанные с созданием и коммерциализацией технологических и продуктовых инноваций, разрабатывать программы осуществления инновационной деятельности в организации и оценивать её эффективность.

Владеть:

- навыками и инструментами разработки проекта, управления его стоимостью, рисками качеством, реализацией проекта, методами выполнения инвестиционных проектов и проведения их оценки;
- современным инструментарием анализа результатов и последствий инновационной деятельности в организациях.

Содержание дисциплины:

№ п/п	Наименование раздела дисциплины (темы)
1	Бренд-менеджмент. Бренд и торговая марка. Современная среда бренда: экономическая, социальная, психологическая и юридическая
2	Формирование торговой марки
3	Позиционирование и ценности торговой марки
4	Выбор элементов для формирования капитала торговой марки. Характеристики бренда и способы оценки
5	Идентичность бренда и идентификаторы бренда. Визуальные и вербальные инновационные идентификаторы бренда. Бренд-бук.
6	Управление брендами. Анализ и планирование в брендинге
7	Интегрированные коммуникации в бренд-менеджменте

Формы контроля – зачет с оценкой.