

Документ подписан простой электронной подписью
 Информация о владельце:
 ФИО: Аксёнов Александр Викторович
 Должность: Декан химического факультета
 Дата подписания: 26.06.2024 17:15:05
 Уникальный программный ключ:
 0736357872744824814355acab5ab854864d48641

Аннотация дисциплины

Наименование дисциплины	Технологии продвижения бренда в цифровой среде
Краткое содержание	Основные подходы к определению бренда. Основные этапы эволюции брендинга. Экономическая среда бренда. Этапы создания стоимости бренда. Сущность и основные определения цифрового маркетинга. Позиционирование бренда в цифровой среде. Планирование эффективных бренд-коммуникаций. Мониторинг положения бренда на рынке: осведомленность, знание, лояльность. Система управления брендами: понятие и современные направления. Позиционирование брендов: принципы разработки позиционирования. Бренд-стратегия: понятие и этапы разработки. Позиционирование бренда. Продвижение бренда.
Результаты освоения дисциплины	Осуществляет профессиональную педагогическую деятельность по проектированию и реализации основных и дополнительных образовательных программ в соответствии с правовыми актами в сфере образования, нормами профессиональной этики и деловой коммуникации в устной и письменной формах, используя имеющиеся ресурсы (в том числе информационно-коммуникационные технологии), на основе специальных научных знаний; Выстраивает конструктивное взаимодействие с участниками отношений в сфере образования в рамках проектирования и реализации основных и дополнительных образовательных программ, а также социальных проектов; Знает правовые, экономические и профессиональные нормы и обязанности; Знает информационные основы методов анализа экспериментальных данных; Умеет работать с источниками научно-технической информации, научной литературы, баз данных в области фундаментальной и прикладной химии и физики, составлять готовый информационный продукт в области профессиональной деятельности; Умеет планировать научные исследования в профессиональной деятельности и обобщать полученные результаты; Умеет вести письменную и устную коммуникацию на иностранном языке на уровне, достаточном для решения профессиональных и научных задач; Владеет навыками самоорганизации и саморазвития.
Трудоемкость, з.е.	3
Формы отчетности	Зачет
Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины	
Основная литература	1. Алашкин, П. А. Всё о рекламе и продвижении в Интернете / П. А. Алашкин; под редакцией П. Суворовой. — Москва: Альпина Паблишер, 2019. — 220 с. — ISBN 978-5-9614-1055-6. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/86863.html 2. Антонова, Н. В. Восприятие брендов и стратегии потребительского поведения / Н. В. Антонова, О. И. Патоша. — 2-е изд.

	—Москва: Издательский дом Высшей школы экономики, 2018. — 209 с. — ISBN 978-5-7598-1676-8. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/89566.html
Дополнительная литература	1. МакДональд, М. Брендинг. Как создать мощный бренд: учебник / М. МакДональд, Л. Чернатони. – Москва: Юнити, 2015. – 559 с. – (Зарубежный учебник). – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=436697 – ISBN 5-238-00894-5. – Текст: электронный. 2. Формирование бренда предприятия: учебно пособие / О. В. Бондарская, Т. А. Бондарская, Р. Г. Гучетль, Л. Г. Попова; Тамбовский государственный технический университет. – Тамбов: Тамбовский государственный технический университет (ТГТУ), 2017. – 214 с.: ил. – Режим доступа: по подписке – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=499002 – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-8265-1704-8. – Текст: электронный. 3. Цветкова, Г. С. Рекламный менеджмент: учебное пособие: [16+] / Г. С. Цветкова; Министерство науки и высшего образования Российской Федерации, Поволжский государственный технологический университет. – Йошкар-Ола: Поволжский государственный технологический университет, 2018. – 108 с.: ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=494305 – Библиогр.: с. 99-101. – ISBN 978-5-8158-1998-6. – Текст: электронный. 4. Шарков, Ф. И. Константы гудвилла: стиль, паблисити, репутация, имидж и бренд фирмы: учебное пособие / Ф. И. Шарков. – 5-е изд., стер. – Москва: Дашков и К°: Альтехсофт «Издательство Шаркова», 2020. – 272 с.: ил. – Режим доступа: п подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684227 – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-03640-8. – Текст: электронный.