

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Порохня Андрей Алексеевич
Должность: и.о. директора Инженерного института
Дата подписания: 06.03.2024 09:43:01
Уникальный программный ключ:
d94018a474b95d0c3311e916b8749995b3bfb

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 эффективную коммуникацию в цифровой среде и реализует свою роль в команде в работе над проектами, используя в том числе инклюзивный подход. Оценивает эффективность и результаты работы в команде на основе знания общих методов организации социального взаимодействия, в том числе информационных технологий и технологий форсайта Организует, руководит командной работой и принимает управленческие решения в рамках проекта на всех этапах его жизненного цикла Определяет цели и задачи проекта, а также прогнозирует результаты поставленных задач Разрабатывает стратегию выполнения проекта, исходя из поставленных целей и действующих правовых норм и ограничений Выполняет проект исходя из поставленных целей и сроков с использованием цифровых инструментов.
Трудоемкость, з.е.	3
Формы отчетности	Зачет.
Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины	
Основная литература	1. Старков, А. Н. Интернет-маркетинг и реклама : учебное пособие / А. Н. Старков, Е. В. Сторожева. — 2-е изд., стер. — Москва : ФЛИНТА, 2023. — 64 с. — ISBN 978-5-9765-3698-2. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/348293 2. Интернет-реклама и pr : методические указания / составитель М. С. Круглова. — Сочи : СГУ, 2020. — 42 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/172131
Дополнительная литература	1 Крайнов, Г. Н. Технология подготовки и реализации кампании по рекламе и PR : учебное пособие для вузов / Г. Н. Крайнов. — 3-е изд., стер. — Санкт-Петербург : Лань, 2022. — 372 с. — ISBN 978-5-8114-8968-8. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/185976 2 Шестакова, Е. В. Формирование модели HR-бренда предприятия в системе управления человеческими ресурсами : монография / Е. В. Шестакова, М. В. Хомидова. — Москва : Креативная экономика, 2020. — 162 с. — ISBN 978-5-91292-327-2. — Текст : электронный // Лань :

	электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/165617 3. Основы маркетинга в рекламе и связях с общественностью : методические рекомендации / составители С. С. Марочкина, Е. В. Щетинина. — Сочи : СГУ, 2021. — 52 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/351326 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: по подписке. — URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684227 — Библиогр. в кн. — ISBN 978-5-394-03640-8. — Текст : электронный.
--	--