Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Верисокин Александр Евгеньевич
Должность: И.о. директора института наук о земле
Дата подписания: 21.06.2023 10:08:08
Уникальный программный ключ:
bba78f4c385ebf765cda3fef5917df7dfeb1e004

Аннотация к рабочей программе дисциплины (модуля)

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 (модуля)	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. 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 : учебное 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: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684227 – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-03640-8. – Текст : электронный.