

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Грובה Татьяна Анатольевна

Должность: и.о. декана факультета математики и компьютерных наук имени

профессора Н.И. Червякова

Дата подписания: 26.06.2023 10:51:50

Уникальный программный ключ:

bd39d4208a99787c81619d42de71a7

Аннотация дисциплины

Наименование дисциплины	Технологии продвижения бренда в цифровой среде
Краткое содержание	1. Понятие бренда и сущность брендинга. 2. Теоретические основы бренд-менеджмента. 3. Разработка бренда. Атрибуты бренда. 4. Маркетинговые коммуникации и их роль в развитии бренда. 5. Правовая среда бренда. 6. Цифровая среда: понятия, содержание. 7. Современные технологии цифрового маркетинга: классификация, виды и условия применения. 8. Позиционирование бренда в цифровой среде. 9. Планирование эффективных бренд-коммуникаций. 10. Ситуационный анализ и аудит бренда. 11. Управление брендами в цифровой среде. 12. Стратегии брендинга. 13. Этапы реализации коммуникационной стратегии брендов в цифровой среде. 14. Контроль кампании по продвижению бренда и оценка ее эффективности. 15. Международный аспект процесса глобализации брендов.
Результаты освоения дисциплины	– 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. – Осуществляет эффективную коммуникацию 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
Трудоемкость, з.е.	3
Форма 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 ре-

	курс 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.