

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: 23.06.2024 13:54

Уникальный программный жетон

bd39d4208aa94cf4422feb787c81619d41de79a0

## Аннотация дисциплины

| Наименование дисциплины (модуля)        | Технологии продвижения бренда в цифровой среде                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|-----------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Краткое содержание                      | <p><b>Понятие бренда и сущность брендинга</b></p> <p>Основные подходы к определению бренда. Понятие «марки товара». Бренд – брендинг – товарный знак – торговая марка. История брендинга. Основные этапы эволюции брендинга. Классификация типов брендов. Преимущества брендов.</p> <p><b>Разработка бренда. Атрибуты бренда</b></p> <p>Понятие «бренд-билдинг». Модель «колесо бренда». Структура марочной идентичности. Атрибуты бренда. Подлинные и мнимые бренды. Упаковка как часть маркетинг-микса. Слоган как эмоциональный элемент бренда.</p> <p><b>Правовая среда бренда</b></p> <p>Понятие и содержание подлинности товара. Правоохранность и правоспособность брендов. Регистрация товарных знаков в РФ. Защита бренда. Виды фальсификации товары (по М.А. Николаевой). Подделка текстовых элементов бренда (по В. Ускову). Правовая охрана бренда в цифровой среде.</p> <p><b>Современные технологии цифрового маркетинга: классификация, виды и условия применения</b></p> <p>Классификация технологий цифрового маркетинга. Поисковой маркетинг: понятие, преимущества, недостатки, цели применения. Таргетированная реклама: понятие, преимущества, недостатки и цели применения в маркетинговой деятельности.</p> <p><b>Позиционирование бренда в цифровой среде</b></p> <p>Виды позиционирования. Сегментация целевых аудиторий. Описание потребителей (профиль, инсайты, customer journey map). Стратегии позиционирования.</p> <p><b>Ситуационный анализ и аудит бренда</b></p> <p>Мониторинг положения бренда на рынке: осведомленность, знание, лояльность. Определение коммерческой и социальной проблемы. Качественные и количественные исследования. Рыночное тестирование.</p> <p><b>Стратегии брендинга</b></p> <p>Бренд-стратегия: понятие и этапы разработки. Продвижение торговой марки за счёт спонсорства. Сенсорный брендинг. Марочные стратегии. Стратегии марки «7Р». Стратегия управления активами торговой марки. Стратегия «эмпирического маркетинга».</p> <p><b>Контроль кампании по продвижению бренда и оценка ее эффективности</b></p> <p>Показатели эффективности цифрового маркетинга. Показатели эффективности интернет-рекламы. Виды рисков в цифровом маркетинге.</p> |
| Результаты освоения дисциплины (модуля) | <p>Обладает навыками выявления факторов, провоцирующих раскол в команде, преодоления возникающих в команде разногласий, споров и конфликтов на основе учета интересов всех сторон, умеет использовать социально-психологические механизмы управления групповыми явлениями и процессами</p> <p>Предвидит результаты (последствия) как личных, так и коллективных действий. Способен управлять процессами групповой динамики</p> <p>Планирует командную работу, распределяет поручения и делегирует полномочия членам команды. Организует обсуждение разных идей и мнений. Распределяет командные роли и выявляет лидерский потенциал</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |

|                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                    | членов команды                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| Трудоемкость, з.е.                                                                                 | 3 з.е.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| Форма отчетности                                                                                   | зачет                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| <b>Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)</b> |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| Основная литература                                                                                | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Грошев, И. В. Системный бренд-менеджмент : учебник / И. В. Грошев, А. А. Краснослободцев. – Москва : Юнити-Дана, 2017. – 656 с. : ил., табл., схем. – Режим доступа: по подписке. – URL: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=685109">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=685109</a> . – Библиогр.: с. 614-626. – ISBN 978-5-238-02203-1. – Текст : электронный.</li> <li>2. Макашев, М. О. Бренд : учебное пособие / М. О. Макашев. – Москва : Юнити-Дана, 2017. – 208 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=684513">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=684513</a> – Библиогр.: с. 201-202. – ISBN 5-238-00635-7. – Текст : электронный.</li> </ol>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| Дополнительная литература                                                                          | <ol style="list-style-type: none"> <li>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: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=436697">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=436697</a> – 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: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=499002">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=499002</a> – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-8265-1704-8. – Текст : электронный.</li> <li>2. 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: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=494305">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=494305</a> – Библиогр.: с. 99-101. – ISBN 978-5-8158-1998-6. – Текст : электронный.</li> <li>3. 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: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=684227">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=684227</a> – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-03640-8. – Текст : электронный.</li> </ol> |