

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Петренко Вячеслав Иванович

Должность: и.о. директора Института цифрового развития

Дата подписания: 04.09.2023 12:47:21

Уникальный программный ключ:

b47f96eeab1a16e179f94dbf7fb0b1000e7ad4b

Аннотация дисциплины

Наименование дисциплины	Технологии продвижения бренда в цифровой среде
Краткое содержание	Понятие бренда и сущность брендинга. Теоретические основы бренд-менеджмента. Разработка бренда. Атрибуты бренда. Маркетинговые коммуникации и их роль в развитии бренда. Правовая среда бренда. Цифровая среда: понятия, содержание. Современные технологии цифрового маркетинга: классификация, виды и условия применения. Современные технологии цифрового маркетинга: классификация, виды и условия применения. Позиционирование бренда в цифровой среде. Планирование эффективных бренд-коммуникаций. Ситуационный анализ и аудит бренда. Управление брендами в цифровой среде. Стратегии брендинга. Этапы реализации коммуникационной стратегии брендов в цифровой среде. Контроль кампании по продвижению бренда и оценка ее эффективности. Международный аспект процесса глобализации брендов.
Результаты освоения дисциплины (модуля)	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. Предвидит результаты (последствия) как личных, так и коллективных действий. Способен управлять процессами групповой динамики. Планирует командную работу, распределяет поручения и делегирует полномочия членам команды. Организует обсуждение разных идей и мнений. Распределяет командные роли и выявляет лидерский потенциал членов команды.
Трудоемкость, з.е.	3
Формы отчетности	Зачет
Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины	
Основная литература	1. Грошев, И.В. Системный бренд-менеджмент: учебник / И.В. Грошев, А.А. Краснослободцев. – М.: Юнити-Дана, 2017. – 656 с.: ил., табл., схем. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=685109 . – Библиогр.: с. 614-626. – ISBN 978-5-238-02203-1. – Текст: электронный. 2. Макашев, М.О. Бренд: учебное пособие / М.О. Макашев. – Москва : Юнити-Дана, 2017. – 208 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684513 – Библиогр.: с. 201-202. – ISBN 5-238-00635-7. – Текст: электронный.
Дополнительная литература	1. МакДональд, М. Брендинг. Как создать мощный бренд: учебник / М. МакДональд, Л. Чернатони. – М.: 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.