Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Белозеров Виталий Семенович
Должность: и.о. директора института наук о земле
Дата подписания: 06.10.2022 13:45:38
Уникальный программный ключ:
1825ffb107766d39d9bf160c9df0aa5076a4fbaa

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 обучения по дисциплине	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 з.е.
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. – Москва : 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. – 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.