

Аннотация к рабочей программе дисциплины (модуля)

Наименование дисциплины	Управление брендами
Краткое содержание	Тема 1. Мир Брендов как концепция постиндустриального общества Тема 2. Бренд-билдинг - разработка бренда Тема 3. Люди и бренды - знакомство с исполнителями и потребителями Тема 4. Brand-development (Развитие бренда) Тема 5. Исследования бренда Тема 6. Стратегическое планирование коммуникаций бренда Тема 7. Планирование эффективных бренд-коммуникаций Тема 8 Контроль компании по формированию бренда и оценка ее эффективности
Результаты освоения дисциплины (модуля)	Обладает навыками проведения анализа и выявления факторов успеха фирмы, а также может обосновать стратегию развития предприятия Обладает навыками формирования новой бизнес-идеи на основании экономических и социальных факторов, влияющих на предприятие
Трудоемкость, з.е.	4 з.е.
Форма отчетности	Зачет с оценкой Контрольная работа
Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины	
Основная литература	1. 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 (дата обращения: 28.05.2021). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-8265-1704-8. – 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 (дата обращения: 28.05.2021). – ISBN 5-238-00894-5. – Текст : электронный.

**ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ**

Сертификат: 12000002A633E3D113AD425FB50002000002A6

Владелец: Шебзухова Татьяна Александровна

Действителен: с 20.08.2021 по 20.08.2022