

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Шебзухова Татьяна Александровна

Должность: Директор Пятигорского института (филиал) Северо-Кавказского

федерального университета

Дата подписания: 11.06.2024 12:02:14

Уникальный программный ключ:

d74ce931a402d4c3ba2f58486412a1c8ef96f

Аннотация дисциплины

Наименование дисциплины (модуля)		Проектный практикум по персональному брендингу
Краткое содержание		Раскрытие основных понятий брендинга, его сущности и видов брендов. Понимание исторических предпосылок возникновения персонального брендинга. Формирование представления об условиях возникновения личного бренда. Изучение технологии позиционирования персонального бренда. Восприятие персонального бренда (облако ассоциаций, системы идентификации, управление брендом: ребрендинг, инструменты и технологии персонального брендинга. Персональный бренд менеджера и бренд компании. Идентификаторы персонального бренда. Ценности персонального бренда; базовые архетипы персональных брендов. Коммуникации персонального бренд-менеджера.
Результаты освоения дисциплины (модуля)		Используют базовые навыки и креативные технологии создания коммуникационного продукта в социальной и профессиональной сфере Умеет организовывать мероприятия, способствующие увеличению продаж продукции СМИ, создавать и редактировать информационные ресурсы, осуществлять ввод и обработку текстовых данных на сайте Владеет принципами нетерпимого отношения к коррупционному поведению на уровне государства, корпораций, предприятий, населения; владеть принципами распространения информации, реклама товаров и услуг, информационная поддержка бизнес-процессов организаций, повышение эффективности коммуникаций с потребителями продукции и развитие электронной коммерции; навыками составления и заключения договоров на проведение маркетингового исследования, социологического опроса о предоставлении информации или оказании иных услуг, необходимых для анализа ситуации на рынке продукции СМИ; определять целевую аудиторию потребителей продукции СМИ.
Трудоемкость, з.е.		3
Форма отчетности		Экзамен
Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины		
Основная литература	1. Терентьев, Ю. В. Проектирование брендинговых кампаний: учебное пособие / Ю. В. Терентьев. — Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2020. — 103 с. — ISBN 978-5-7937-1908-7. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/118411.html	
Дополнительная литература	1. Баранова, С. А. Основы брендинга: учебное пособие / С. А. Баранова. – Сочи: СГУ, 2018. – 98 с. – Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. – URL: https://e.lanbook.com/book/147813 2. Годин, А.М. Брендинг: учебное пособие / А.М. Годин. - 4-е изд. - Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2018. - 184 с.: ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-02629-4; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453899 3. Хамаганова, К. В. Стратегический брендинг: учебное пособие / К. В. Хамаганова. — Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2017. — 60 с. — ISBN 978-5-7937-1446-4. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/102680.html	