

**Аннотация дисциплины «Создание и продвижение бренда»
Для направления подготовки 42.03.01 Реклама и связи с
общественностью**

**Профиль: Интегрированные коммуникации
Очная форма обучения**

Цель: формирование у студентов системы знаний по общей теории и практике управления брендами с учетом исторических тенденций и современного развития.

Задачи:

-изучение общих понятий и терминов брендинга – бренд, товарный знак, торговая марка; -изучение истории возникновения брендов и брендинга, связи бренд менеджмента с другими дисциплинами;

-изучение основных современных учений и теорий брендинга, применяемых в России и в мире;

-обучение навыкам исследования потребителей, процессам сегментации и выбора целевых сегментов;

-ознакомление с основными методами разработки атрибутов и ценностей бренда, с понятием позиционирования и дифференциации,

-изучение теорий потребительской лояльности, механизмов возникновения лояльности и управления лояльностью потребителя, опыта зарубежных и российских компаний по созданию систем лояльности;

-ознакомление с понятием жизненного цикла бренда, типами жизненного цикла бренда;

-ознакомление с системой оценки стадии жизненного цикла бренда, стратегиями омоложения брендов, с понятием ребрендинга;

-изучение опыта брендинга и перспективы его использования в России.

Место дисциплины в структуре ОП: Дисциплина относится к обязательной части общепрофессионального цикла дисциплин блока 1 учебного плана направления подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» профиль «Интегрированные коммуникации», бакалавриат, очная форма обучения.

Содержание дисциплины:

1	Содержание бренда
2	Проектирование бренда
3	Разработка фирменного стиля бренда
4	Формирование стратегии бренда
5	Выведение бренда на рынок
6	Управление брендом
7	Исследование бренда
8	Сегментирование бренда

