

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины	<b>ИНТЕГРИРОВАННЫЕ КОММУНИКАЦИИ И БРЕНДИНГ</b>
Направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность программы (профиль)	Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе
Квалификация выпускника	Бакалавр
Форма обучения	Очная
Цели освоения дисциплины	Целями освоения дисциплины «Интегрированные коммуникации и брендинг» являются: формирование у студентов базовых теоретических знаний о маркетинговых коммуникациях в современном брендинге, основных принципов и технологий брендинга и брендбилдинга и умений анализа моделей бренда, а также навыков, составляющих основное содержание профессиональных обязанностей бренд-менеджера.
Семестр (курс), в (на) котором изучается дисциплина	4,5,6 семестр
Наименование части (блока) ОПОП ВО, к которой относится дисциплина	Блок 1. Дисциплины. Обязательная часть
Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины	ПК-1; ПК-3
Трудоемкость дисциплины	10 зачетных единиц, 360 академических часов
Содержание дисциплины. Основные разделы (темы)	<p>4 семестр</p> <p>Тема 1 Интегрированные маркетинговые коммуникации: понятие, сущность, стратегии</p> <p>Тема 2 Интегрированные маркетинговые коммуникации в бизнес-организациях</p> <p>Тема 3 Предмет брендинга. Понятие «Бренд»</p> <p>Тема 4 Классификация брендов</p> <p>Тема 5 Бренд в системе интегрированных маркетинговых коммуникаций</p> <p>Тема 6 Бренд и товарный знак</p> <p>Тема 7 Сущность бренда</p> <p>Тема 8 Содержание бренда как коммуникационный процесс</p> <p>Тема 9 Стратегические цели брендинга</p> <p>5 семестр</p> <p>Тема 1 Бренд как маркетинговое понятие</p> <p>Тема 2 Реклама и брендинг</p> <p>Тема 3 PR как основа стратегии строительства бренда</p> <p>Тема 4 Бренд как совокупность символических ценностей</p> <p>Тема 5 Разработка бренда</p> <p>Тема 6 Понятие brandstory (легенда)</p> <p>Тема 7 Идентичность бренда</p> <p>Тема 8 Индивидуальность бренда</p>

Наименование дисциплины	ИНТЕГРИРОВАННЫЕ КОММУНИКАЦИИ И БРЕНДИНГ
	<p>Тема 9 Модели разработки бренда  Тема 10 Атрибуты бренда  Тема 11 Дизайн бренда как визуальная составляющая  Тема 12 Фирменный стиль как составная часть брендинга  Тема 13 Деловая культура и брендинг  Тема 14 Управление брендом  6 семестр  Тема 1 Бренд как средство коммуникации между продавцом и покупателем  Тема 2 Бренд-имидж  Тема 3 Позиционирование бренда  Тема 4 Стратегический уровень бренда  Тема 5 Tактический уровень бренда  Тема 6 Лояльность к бренду  Тема 7 Личностные и социально-психологические факторы лояльности к бренду  Тема 8 Стратегии потребительского поведения  Тема 9 Понятие коллективного бренда  Тема 10 Маркетинг событий  Тема 11 Интернет как средство коммуникации и становления бренда  Тема 12 Эмоциональный брендинг  Тема 13 Эффективность эмоционального брендинга  Тема 14 Брендинг и нейромаркетинг  Тема 15 Марочный капитал и его измерение  Тема 16 Исследования в брендовых коммуникациях</p>
Форма промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины	Зачет с оценкой (4 семестр), Экзамен (5,6 семестр), Курсовая работа (6 семестр)