

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины (модуля)	ИНТЕГРИРОВАННЫЕ КОММУНИКАЦИИ И БРЕНДИНГ
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 (модуля)	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 (модули). Базовая часть
Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины	УК-2; ОПК-6; ПК-1; ПК-3
Трудоемкость дисциплины	Общая Трудоемкость дисциплины составляет 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>

Наименование дисциплины (модуля)	ИНТЕГРИРОВАННЫЕ КОММУНИКАЦИИ И БРЕНДИНГ
	<p>Тема 8 Индивидуальность бренда 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</p> <p>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)