**АННОТАЦИЯ**

**Учебной дисциплины «Основы брендинга»**

**Направление подготовки:** 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

**Профиль подготовки:** «Работа с социальными медиа»

**Квалификация (степень) выпускника:** бакалавр

**Форма обучения:** очная, очно-заочная

**Год/годы и семестр/семестры обучения:** 1-й семестр 4 года обучения.

**Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата**

Дисциплина «Основы брендинга» входит в базовую часть ООП бакалавриата и является обязательной для изучения. Курс «Основы брендинга» логически и содержательно-методически взаимосвязан с такими дисциплинами ООП как «Теория и практика массовой информации», «Производственная практика: практика в профессиональной сфере», «Выборные технологии», ГИА.

**Общая трудоемкость дисциплины** составляет 3 зачетных единицы (108 часов). При изучении дисциплины предусмотрено обязательное сочетание теоретических (лекционных) занятий с семинарскими и практическими занятиями. Практические занятия проводятся с использованием современного ПО и облачных сервисов (Microsoft Office 2013, Google Drive).

Основной **целью** дисциплины «Основы брендинга» является формирование у студентов направления «Реклама и связи с общественностью» ключевых навыков и умений в сфере брендинга: разработка конкурентоспособных брендов, согласованных со стратегией организации; позиционирование брендов и выведение их на рынок; управления брендами, в том числе, в Интернет.

**Задачи** дисциплины «Основы брендинга» заключаются:

* в ознакомлении студентов с особенностями основных понятий современного брендинга;
* в содействии пониманию студентами роли и функций брендинга в работе различного рода организаций;
* в формировании представлений о концептуальных подходах к построению и наполнению архитектуры бренда, управлению брендом, в том числе – в Интернет;
* в формировании у студентов навыков планирования и реализации коммуникационных кампаний, мероприятий, стратегий по созданию и управлению брендом он- и офф-лайн.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся в соответствии с требованиями ФГОС ВО будут сформированы следующие **профессиональные компетенции**:

- ОПК-5 - умение осуществлять под контролем коммуникационные кампании и мероприятия;

- СПК-3 - способность планировать и осуществлять мероприятия по использованию социальных медиа в качестве каналов для продвижения коммерческих и некоммерческих организаций, идей, лидеров, государственных субъектов и решения других коммуникационных задач, используя методы конструирования сообществ бренда субъекта социальных коммуникаций, работы с блогосферой, репутационного менеджмента и т.д.

Контроль знаний, умений и навыков студентов осуществляется в форме текущего контроля и промежуточной аттестации. Текущий контроль – проводится систематически в течение семестра. Промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины проводится в конце семестра (по окончании ее изучения). Соответствующие ФОС разработаны.

**Форма итогового контроля:** экзамен.