

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**Б1.В.ДВ.03.01 БРЭНДИНГ****Автор:** Казарян А.А.**Код и наименование направления подготовки, профиля:** 38.04.01 Экономика
Профиль «Экономика медиаиндустрии»**Квалификация (степень) выпускника:** магистр**Форма обучения:** очная**Цель освоения дисциплины:**

Сформировать компетенцию в области применения современных инструментов брендинга для решения практических задач; сбора, обработки, анализа и интерпретации информации для проведения аудита бренда; ребрендинга; разработки и реализации маркетинговых программ: ПК-12.3, ДПК-3.3.

План курса:

Тема 1 Брендинг

Тема 2 Позиционирование бренда

Тема 3 Стратегии бренд-менеджмента

Тема 4 Идентичность бренда

Тема 5 Атрибуты бренда

Тема 6 Бренд и ассортиментные стратегии

Формы текущего контроля и промежуточной аттестации:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ПК-12	Способность разрабатывать варианты управленческих решений и обосновывать их выбор на основе критериев социально-экономической эффективности	ПК-12.3	Способность разрабатывать варианты управленческих решений при реализации проекта
ДПК-3	Способность анализировать состояние медиа-рынка и рынка индустрии развлечений на микро, макро и мезо уровнях	ДПК-3.3	Способность анализировать финансовую отчётность с целью прогнозирования направлений развития медиа-рынка и рынка индустрии развлечений на микро, макро и мезо уровнях

Результат формирования компетенции ПК-12.3 на уровне данной дисциплины обеспечивается путем формирования у обучающихся:

На уровне знаний:

- правила получения достоверных данных о рынках, товарах, потребителях, поставщиках и конкурентах;
- классификацию управленческих решений, структуру и технологию процесса принятия решений;
- основные факторы качества и эффективности принимаемых решений;
- знание экономических основ поведения организаций, иметь представление о различных структурах рынков.

На уровне умений:

- самостоятельно анализировать и применять различные алгоритмы принятия решений применительно к конкретным проблемам проекта;
- учитывать реальные условия проекта, в которых принимается решение, и, прежде всего, фактор риска;
- использовать основные теории мотивации, лидерства и власти для решения управленческих задач проекта;
- организовать деятельность малой группы, созданной для реализации конкретного экономического проекта.

На уровне навыков:

- владеть методами критической оценки предлагаемых вариантов управленческих решений проекта;
- владеть методами разработки и обоснования предложений по совершенствованию **управленческих решений**, с учетом критериев социально-экономической эффективности, рисков и возможных социально-экономических последствий.

Результат формирования компетенции ДПК-3.3 на уровне данной дисциплины обеспечивается путем формирования у обучающихся:

На уровне знаний:

- характеристику медиа-рынка и рынка индустрии развлечений, особенности их функционирования и отражение такого функционирования в финансовой отчетности на макро-, мезо- и микро- уровнях;
- принципы, методы и цели рыночного прогнозирования сегментации на медиа-рынке и рынке индустрии развлечений;
- знать методику проведения финансового анализа конкурентоспособности предприятий на медиа-рынке и рынке индустрии развлечений;

На уровне умений:

- проводить анализ внутренней и внешней финансовой среды предприятий на медиа-рынке и рынке индустрии развлечений;
- выбирать на основе финансового анализа среды наиболее эффективные пути развития предприятий на медиа-рынке и рынке индустрии развлечений;
- проводить анализ и оценку финансовой эффективности деятельности предприятия на медиа-рынке и рынке индустрии развлечений.

На уровне навыков:

- методами проведения финансового анализа на медиа-рынке и рынке индустрии развлечений;

иметь навыки разработки стратегии предприятий медиа-рынка и рынка индустрии развлечений, с учетом результатов финансового анализа.

Основная литература:

1. Домнин, В. Н. Брендинг : учебник и практикум для вузов / В. Н. Домнин. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 493 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13539-8. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait-ru.ezproxy.ranepa.ru:2443/bcode/469384>