

Документ подписан простой электронной подписью
 Информация о государственном аккредитованном некоммерческом частном образовательном учреждении высшего
 ФИО: Агабекян Раиса Левоновна образования
 Должность: ректор «Академия маркетинга и социально-информационных технологий – ИМСИТ»
 Дата подписания: 28.09.2023 12:52:23 (г. Краснодар)
 Уникальный программный ключ: (НАН ЧОУ ВО Академия ИМСИТ)
 4237c7ccb9b9e111bbaf1f4fcd9201d015c4dbaa123ff774747307b9b9fbcbe

УТВЕРЖДАЮ
 Проректор по учебной работе,
 доцент Севрюгина Н.И.
 17 апреля 2023

Б1.В.ДЭ.01.01

Брендинг в имиджевой политике организации

Анотация к рабочей программе дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой **Кафедра рекламы и дизайна**
 Учебный план 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
 Квалификация **бакалавр**
 Форма обучения **очная**
 Программу составил(и): кфн, доцент, Немец Г.Н.

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	5 (3.1)		6 (3.2)		Итого	
	уп	рп	уп	рп	уп	рп
Неделя	16 5/6		16 1/6			
Вид занятий	уп	рп	уп	рп	уп	рп
Лекции	16	16	16	16	32	32
Практические	16	16	32	32	48	48
Контактная работа на аттестации (в период экз. сессий)			0,3	0,3	0,3	0,3
Контактная работа на аттестации	0,2	0,2			0,2	0,2
Консультации перед экзаменом			1	1	1	1
Итого ауд.	32	32	48	48	80	80
Контактная работа	32,2	32,2	49,3	49,3	81,5	81,5
Сам. работа	39,8	39,8	24	24	63,8	63,8
Часы на контроль			34,7	34,7	34,7	34,7
Итого	72	72	108	108	180	180

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	Целью освоения дисциплины «Брендинг в имиджевой политике организации» является освоение фундаментальных основ формирования бренда, его значимости в имиджевой политике организаций, законов восприятия образа бренда различными категориями потребителей, осознание значения бренда в различных функциях рекламы, формирование мышления рекламиста, развитие творческой личности.
-----	---

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Цикл (раздел) ООП:	Б1.В.ДЭ.01
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:
2.1.1	Техника и технология рекламной фотографии
2.1.2	Техника и технология рекламного видео
2.2	Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:
2.2.1	Создание рекламы с использованием компьютерных технологий

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

ПК-4: Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций

ПК-7: Профессиональная компетенция

Планируемые результаты обучения (показатели освоения индикаторов компетенций)

ПК-7.1: Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью

Знать:

знать в общем виде специфику типовых алгоритмов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью

знать хорошо специфику типовых алгоритмов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью

знать отлично специфику типовых алгоритмов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью

Уметь:

уметь в общем виде реализовывать типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью

уметь хорошо реализовывать типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью

уметь отлично реализовывать типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью

Владеть:

владеть в общем виде навыками реализации типовых алгоритмов проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью

владеть хорошо навыками реализации типовых алгоритмов проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью

владеть отлично навыками реализации типовых алгоритмов проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью

ПК-7.2: Готовит основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью

Знать:

знать в общем виде специфику основных документов по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью

знать хорошо специфику основных документов по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью

знать отлично специфику основных документов по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью

Уметь:

уметь в общем виде создавать основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью

уметь хорошо создавать основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью

уметь отлично создавать основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью

Владеть:

владеть в общем виде навыками создания основных документов по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью

владеть хорошо навыками создания основных документов по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью

владеть отлично навыками создания основных документов по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью
ПК-7.3: Использует результаты исследований для планирования рекламной или PRкампании при создании коммуникационного продукта
Знать:
знать в общем виде специфику исследований для планирования рекламной или PRкампании при создании коммуникационного продукта
знать хорошо специфику исследований для планирования рекламной или PRкампании при создании коммуникационного продукта
знать отлично специфику исследований для планирования рекламной или PRкампании при создании коммуникационного продукта
Уметь:
уметь в общем виде проводить исследования для планирования рекламной или PRкампании при создании коммуникационного продукта
уметь хорошо проводить исследования для планирования рекламной или PRкампании при создании коммуникационного продукта
уметь отлично проводить исследования для планирования рекламной или PRкампании при создании коммуникационного продукта
Владеть:
владеть в общем виде навыками проведения исследования для планирования рекламной или PRкампании при создании коммуникационного продукта
владеть хорошо навыками проведения исследования для планирования рекламной или PRкампании при создании коммуникационного продукта
владеть отлично навыками проведения исследования для планирования рекламной или PRкампании при создании коммуникационного продукта
ПК-4.1: При реализации коммуникационного продукта использует технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и онлайн среде
Знать:
знать в общем виде специфику технологий медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и офлайн среде при реализации коммуникационного продукта
знать хорошо специфику технологий медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и офлайн среде при реализации коммуникационного продукта
знать отлично специфику технологий медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и офлайн среде при реализации коммуникационного продукта
Уметь:
уметь в общем виде использовать технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и онлайн среде при реализации коммуникативного продукта
уметь хорошо использовать технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и онлайн среде при реализации коммуникативного продукта
уметь отлично использовать технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и онлайн среде при реализации коммуникативного продукта
Владеть:
владеть в общем виде навыками использования технологий медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и офлайн среде при реализации коммуникационного продукта
владеть хорошо навыками использования технологий медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и офлайн среде при реализации коммуникационного продукта
владеть отлично навыками использования технологий медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и офлайн среде при реализации коммуникационного продукта
ПК-4.2: При подготовке текстов рекламы и (или) связей с общественностью использует основные технологии копирайтинга в онлайн и офлайн среде
Знать:
знать в общем виде специфику основных технологий копирайтинга в онлайн и офлайн среде при подготовке текстов рекламы и (или) связей с общественностью
знать хорошо специфику основных технологий копирайтинга в онлайн и офлайн среде при подготовке текстов рекламы и (или) связей с общественностью
знать отлично специфику основных технологий копирайтинга в онлайн и офлайн среде при подготовке текстов рекламы и (или) связей с общественностью
Уметь:
уметь в общем виде создавать тексты рекламы и (или) связей с общественностью использует основные технологии копирайтинга в онлайн и офлайн среде

уметь хорошо создавать тексты рекламы и (или) связей с общественностью использует основные технологии копирайтинга в онлайн и офлайн среде
уметь отлично создавать тексты рекламы и (или) связей с общественностью использует основные технологии копирайтинга в онлайн и офлайн среде
Владеть:
владеть в общем виде навыками создания текстов рекламы и (или) связей с общественностью использует основные технологии копирайтинга в онлайн и офлайн среде
владеть хорошо навыками создания текстов рекламы и (или) связей с общественностью использует основные технологии копирайтинга в онлайн и офлайн среде
владеть отлично навыками создания текстов рекламы и (или) связей с общественностью использует основные технологии копирайтинга в онлайн и офлайн среде
ПК-4.3: Применяет основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами
Знать:
знать в общем виде специфику основных технологий организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами
знать хорошо специфику основных технологий организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами
знать отлично специфику основных технологий организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами
Уметь:
уметь в общем виде реализовывать основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами
уметь хорошо реализовывать основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами
уметь отлично реализовывать основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами
Владеть:
владеть в общем виде навыками реализации основных технологий организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами
владеть хорошо навыками реализации основных технологий организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами
владеть отлично навыками реализации основных технологий организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами
ПК-4.4: Участвует в формировании корпоративной культуры организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций
Знать:
общем виде специфику корпоративной культуры организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций
хорошо специфику корпоративной культуры организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций
отлично специфику корпоративной культуры организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций
Уметь:
уметь в общем виде реализовывать основные инструменты внутренних коммуникаций в процессе формирования корпоративной культуры
уметь хорошо реализовывать основные инструменты внутренних коммуникаций в процессе формирования корпоративной культуры
уметь отлично реализовывать основные инструменты внутренних коммуникаций в процессе формирования корпоративной культуры
Владеть:
владеть в общем виде навыками реализации основных инструментов внутренних коммуникаций в процессе формирования корпоративной культуры
владеть хорошо навыками реализации основных инструментов внутренних коммуникаций в процессе формирования корпоративной культуры
владеть отлично навыками реализации основных инструментов внутренних коммуникаций в процессе формирования корпоративной культуры
ПК-4.5: Использует современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта
Знать:
знать в общем виде специфику современных технических средств и основных технологий цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта

знать хорошо специфику современных технических средств и основных технологий цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта
знать отлично специфику современных технических средств и основных технологий цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта
Уметь:
уметь в общем виде использовать современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта
уметь хорошо использовать современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта
уметь отлично использовать современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта
Владеть:
владеть в общем виде навыками использования современных технических средств и основных технологий цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта
владеть хорошо навыками использования современных технических средств и основных технологий цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта
владеть отлично навыками использования современных технических средств и основных технологий цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен

3.1	Знать:
знать в общем виде специфику типовых алгоритмов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью	
знать в общем виде специфику основных документов по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью	
знать в общем виде специфику исследований для планирования рекламной или PRкампании при создании коммуникационного продукта	
знать в общем виде специфику технологий медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и офлайн среде при реализации коммуникационного продукта	
знать в общем виде специфику основных технологий копирайтинга в онлайн и офлайн среде при подготовке текстов рекламы и (или) связей с общественностью	
знать в общем виде специфику основных технологий организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами	
в общем виде специфику корпоративной культуры организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций	
знать в общем виде специфику современных технических средств и основных технологий цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта	
3.2	Уметь:
уметь в общем виде реализовывать типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью	
уметь в общем виде создавать основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью	
уметь в общем виде проводить исследования для планирования рекламной или PRкампании при создании коммуникационного продукта	
уметь в общем виде использовать технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и онлайн среде при реализации коммуникативного продукта	
уметь в общем виде создавать тексты рекламы и (или) связей с общественностью использует основные технологии копирайтинга в онлайн и офлайн среде	
уметь в общем виде реализовывать основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами	
уметь в общем виде реализовывать основные инструменты внутренних коммуникаций в процессе формирования корпоративной культуры	
уметь в общем виде использовать современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта	
3.3	Владеть:
владеть в общем виде навыками реализации типовых алгоритмов проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью	
владеть в общем виде навыками создания основных документов по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью	

владеть в общем виде навыками проведения исследования для планирования рекламной или PRкампании при создании коммуникационного продукта
владеть в общем виде навыками использования технологий медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и офлайн среде при реализации коммуникационного продукта
владеть в общем виде навыками создания текстов рекламы и (или) связей с общественностью использует основные технологии копирайтинга в онлайн и офлайн среде
владеть в общем виде навыками реализации основных технологий организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами
владеть в общем виде навыками реализации основных инструментов внутренних коммуникаций в процессе формирования корпоративной культуры
владеть в общем виде навыками использования современных технических средств и основных технологий цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта