I ступень получения высшего образования

Краткое описание учебной дисциплины по выбору студента

**«Бренд-менеджмент»**

|  |  |
| --- | --- |
| Название учебной дисциплины | Бренд-менеджмент |
| Специальность (специализаци) | Специальность «Рекламная деятельность» |
| Курс обучения, для ДФО/ЗФО | 4/3-4 |
| Семестр обучения, для ДФО/ЗФО | 7/6-7 |
| Количество аудиторных часов | 80 |
| Трудоемкость учебной дисциплины в зачетных единицах | 6 |
| Ф.И.О. лектора, ученая степень, ученое звание | Саевец Александр Николаевич, кандидат экономических наук, доцент |
| Учебная дисциплина - предшественник | Теория маркетинга, Интегрированные коммуникации |
| Содержание учебной дисциплины по выбору студента | Бренд-менеджмент в системе управления организацией  Брендинг: понятие, этапы развития, цели  Управление брендингом  Управление портфелями брендов  Продвижение бренда  Оценка эффективности мероприятий брендинга  Корпоративный бренд-менеджмент  Правовые аспекты бренд-менеджмента |
| Рекомендуемая литература | 1.Клюня, В.Л. Брендинг: учебное пособие для студентов высшего образования по специальности «Маркетинг» / В.Л. Клюня, Н.В. Черченко, С.П. Мармашова. Минск: Институт бизнеса БГУ, 2019.- 118 с  .2. Клюня, В.Л. Брендинг. Практикум: учебное пособие / В.Л. Клюня, Н.В. Черченко, С.П. Мармашова. Минск: Институт бизнеса БГУ, 2019.- 85 с  .3 .Маркетинговые коммуникации: курс лекций. Ч. 2. / [В.С. Протасеня и др.]. – Минск. : БГЭУ, 2013. – 123 с. |
| Язык обучения | Русский |
| Требования к изучению учебной дисциплины | При изучении учебной дисциплины особое внимание следует уделить: сущность основных понятийных категорий бренд-менеджмента; основные понятия и технологии брендинга; цели создания и принципы управления портфелем брендов; специфику деятельности по формированию бренда и его продвижению; концептуальные подходы к организации бренд-менеджмента. |
| Кафедра, за которой закреплена учебная дисциплина по выбору студента | Кафедра промышленного маркетинга и коммуникаций |