

Аннотация

к рабочей программе по дисциплине Б1.2.13.2 «Брендинг территории»,
изучаемую в рамках ОПОП 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Целью изучения дисциплины является ознакомление студентов с основными подходами к брендингу территории, с российским и зарубежным опытом в разработке и управлению брендом территории, с методами планирования и организации работы по проекту разработки бренда территории.

Дисциплина участвует в формировании компетенций:

– владение навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт) (ПК-4);

– знает историю и основные теории брендинга, владеет основными управленческими функциями (планирование, организация, координация, контроль, принятие решений) и методами их реализации (СПК-4).

В результате изучения дисциплины «Брендинг территории» студенты **должны знать:** основные методики написания документации необходимые в работе по созданию и управлению брендом территории (креативный бриф, договор, техническое задание, соглашения, контракта), историю и основные теории брендинга территории, российский и зарубежный опыт в сфере брендинга территории.

На основе приобретенных знаний **формируются умения** применять основные методики для написания текстов и документов в сфере связей с общественностью и рекламы, применять стандартные методы планирования, организации, координация, контроль и принятия решения в процессе создания и управления брендом территории.

Приобретаются навыки владения навыками подготовки и написания проектной документации (креативный бриф, договор, техническое задание), а так же управленческими навыками необходимыми в работе бренд-менеджера.

Эти результаты освоения дисциплины «Брендинг территории» достигаются за счет использования в процессе обучения интерактивных **методов и технологий формирования данной компетенции у студентов:**

- чтение лекций, в том числе лекции-дискуссии, лекции проблемного характера;
- технология активного (контекстного) обучения;
- выступление с сообщениями с последующим обсуждением;
- разработка мультимедийных презентаций;
- проведение семинаров в форме групповых дискуссий.

Учебная дисциплина «Брендинг территории» относится к дисциплинам по выбору студента, вариативной части Б.1.2. «Брендинг территории» опирается на знания, полученные в ходе изучения курсов «Экономика», «Информационные и телекоммуникационные технологии в рекламе и связях с общественностью», «Основы интегрированных коммуникаций», «Введение в специальность», «Основы теории коммуникаций», «Психология», «Основы правового регулирования в рекламе», «Методы математической статистики в рекламе и связях с общественностью», «Компьютерного дизайна», «Теория и практика связей с общественностью», «Основы маркетинга», «Психология массовых коммуникаций», «Основы копирайтинга», «Разработка и технологии производства рекламного продукта», «Организация и проведение кампаний в рекламе и связях с общественностью», «Медиапланирование», «Основы брендинга». Компетенции приобретенные в ходе изучения дисциплины «Брендинг территории» готовят студента к профессиональной деятельности.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единицы.

Продолжительность изучения дисциплины – один семестр.