Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»

Сибирский институт управления — филиал РАНХиГС

Образовательная программа «Реклама и связи с общественностью»

Обязательный минимум освоения учебной дисциплины

«БРЕНДИНГ»

Доцент кафедры ПНиТ М.П. Беленко belenko-mp@ranepa.ru

I. В ходе освоения дисциплины студентами должны быть выполнены и сданы:

1. Домашние задания: 4 работы по 10 баллов каждая — 40 баллов
2. Работа в ходе семинарских занятий: — 20 баллов
3. Курсовая работа — 30 баллов
4. Публичная защита курсовой работы — 10 баллов

II. По окончании дисциплины студенты должны

- Понимать место и роль брендинга как инструмента управления коммуникациями.
- Знать те преимущества, которыми обладает развитая до уровня бренда торговая марка.
- Знать типовые ошибки брендинга, их механики и причины.
- Уметь выделять критерии сегментирования конкретного рынка товаров и услуг.
- Уметь на основании выделенных критериев проводить анализ представленных на рынке торговых марок, рассчитывать «силу» торговой марки в своем товарно-ценовом сегменте.
- Владеть навыком расчета необходимого коммуникационного воздействия на ЦА с помощью инструментов рекламы и PR;
- Владеть навыком составления сметы определенного коммуникационного воздействия.

III. Аттестация по дисциплине будет проходить следующим образом

- Экзамен в устной форме, ответ на билет (2 вопроса). Ответ на каждый вопрос оценивается от 0 до 50 баллов, баллы за экзамен не складываются с баллами, накопленными в ходе семестра.

IV. Итоговая оценка студента будет рассчитываться следующим образом:

- Для получения оценки «отлично» необходимо набрать 90 или более баллов.
- Для получения оценки «хорошо» необходимо набрать от 75 до 89 баллов.
- Для получения оценки «удовлетворительно» необходимо набрать от 60 до 74 баллов.

V. Краткий перечень обязательных материалов для подготовки к зачету:

1. Годин, А. М. Брендинг [Электронный ресурс] : учеб. пособие / А. М. Годин. — Электрон. дан. — Москва : Дашков и К, 2013. — 183 с. — Доступ из ЭБС «IPRbooks». - Режим доступа : http://www.iprbookshop.ru/24775, требуется авторизация (дата обращения : 01.11.2016). - Загл. с экрана.

2. Чернатони, Л. де. Брендинг. Как создать мощный бренд : учеб. для студентов вузов / Чернатони Л. де, М. МакДональд ; пер. с англ. под ред. Б. Л. Еремина. - Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2012. - 543 с. - То же [Электронный ресурс]. - Доступ из ЭБС «IPRbooks». - Режим доступа : http://www.iprbookshop.ru/10493, требуется авторизация (дата обращения : 01.11.2016). - Загл. с экрана.

3. Чумиков, А. Н. Реклама и связи с общественностью: Имидж, репутация, бренд : учеб. пособие / А. Н. Чумиков. - Москва : Аспект Пресс, 2012. - 160 с. - То же [Электронный ресурс]. - Доступ из ЭБС «IPRbooks». - Режим доступа : http://www.iprbookshop.ru/8976, требуется авторизация (дата обращения : 08.11.2016). - Загл. с экрана