

Направление подготовки: «Туризм», бакалавриат, очное обучение

Дисциплина: «Бренд менеджмент»

Аннотация

Трудоемкость: 4 ECTS, 144 академических часа.

Форма итогового контроля: экзамен.

Краткое содержание: Цель дисциплины - изучение базовых понятий и концептуальных основ бренд-менеджмент как теоретического и практического курса в учебной программе студентов, обучающихся по направлению «Туризм». Задачи дисциплины: сформировать категориально-понятийный аппарат; научить теоретическому и практическому анализу в контексте бренд - коммуникаций; способствовать созданию профессионального мышления. Данная дисциплина призвана содействовать всестороннему развитию будущих специалистов, так как предполагает овладение студентами знаний, регулирующих не только профессиональное поведение, но и поведение в различных секторах жизни общества.

В результате освоения курса студент **должен знать:**

- особенности работы с брендами разного уровня;
- основные технологии и формы бренд-менеджмента;
- о культурных и национальных особенностях бренд-менеджмента.

Должен уметь:

- описывать ситуации стратегического или тактического развития бренда;
- выделять особенности бренда и их специфику;
- проектировать элементы бренда; анализировать современные бренды через призму лояльности и доверия.

Должен владеть:

- представлением о сущности, видах и функциях бренд-менеджмента в целом;
- основными тенденциями развития современного бренд-менеджмента.

Взаимосвязь дисциплины: «Бренд менеджмент» с другими дисциплинами направления «Туризм»

Данная дисциплина связана с такой дисциплиной, как «Реклама и связи с общественностью».