

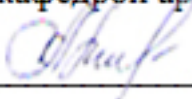
Министерство культуры Российской Федерации  
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
**«КРАСНОДАРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ  
КУЛЬТУРЫ»**

Факультет социально-культурной деятельности и туризма

Кафедра арт-бизнеса и рекламы

УТВЕРЖДАЮ

Зав. кафедрой арт-бизнеса и рекламы

 А.В. Кудинова

Протокол № 1 от «26» августа 2016 г.

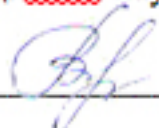
**АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ  
УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

**Б1.В.ДВ.2.2 БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТ**

Направление подготовки 50.03.01 – Искусства и гуманитарные науки  
Профиль подготовки – Экономика  
Квалификация выпускника – академический бакалавр  
Форма обучения – очная

Составитель:

канд. экон. наук, доцент

 Вицелярова К.Н.

**Краснодар  
2016**

## **1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

**Цель** освоения дисциплины «Бренд-менеджмент» - заложить основы профессионального сознания, обеспечить эффективность изучения всех последующих специальных дисциплин, показать необходимость изучения и освоения мирового опыта бренд-менеджмента, а также особенности российского бренд-менеджмента.

### **Задачи:**

формирование научного представления у студентов о бренд-менеджменте, имеющего конкретно-практическое содержание;

заложить потенциал интеграции всех знаний в области менеджмента, определив специфику и методологию бренд-менеджмента;

освоение студентами общетеоретических положений управления социально-экономическими системами, формирование творческого инновационного подхода к бренд-менеджменту;

формирование понимания менеджмента как области профессиональной деятельности, требующей глубоких теоретических знаний.

## **2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО**

Дисциплина «Бренд-менеджмент» является дисциплиной по выбору, вариативной части учебного плана по подготовке бакалавров направления «Искусства и гуманитарные науки», профиль «Экономика».

Для изучения данной дисциплины необходимы знания в области основ менеджмента, истории искусств, психологии и экономики организации. Дисциплина «Бренд-менеджмент» связана такими дисциплинами, как «Теория организации», «Стратегический менеджмент», «Менеджмент арт-объектов», «Менеджмент некоммерческих организаций» и др.

## **3. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ СОДЕРЖАНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО по данному направлению подготовки:

### **а) общекультурные (ОК):**

способностью и спользовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-3);

### **б) общепрофессиональные (ОПК):**

и гуманитарных наук при решении социальных и профессиональных задач, анализировать социально-значимые проблемы и процессы (ОПК-4);

**в) профессиональные (ОПК):**

способностью работать в профессиональных коллективах, способностью обеспечивать работу данных коллективов соответствующими материалами при всех вышеперечисленных видах профессиональной деятельности (ПК-8);

владением навыками участия в разработке и реализации различного типа проектов в образовательных и культурно-просветительских учреждениях, в социально-педагогической, гуманитарно-организационной, книгоиздательской, массмедийной и коммуникативной сферах (ПК-9).

В результате освоения дисциплины обучающиеся должны:

**Знать:**

- современные подходы к определению сущности и содержания бренд-менеджмента;
- содержание процесса бренд-менеджмента;
- достоинства и недостатки существующих подходов бренд-менеджмента;
- возможности использования зарубежного опыта бренд-менеджмента в отечественной практике.

**Уметь:**

- уметь выбирать и комбинировать методы бренд-менеджмента в зависимости от конкретной ситуации,
- применять на практике современные технологии бренд-менеджмента;
- использовать источники экономической, социальной, управленческой информации в построении бренда организации, формировании фирменного стиля организации.

**Владеть:**

- современными методами и подходами бренд-менеджмента;
- методами подготовки и реализации управленческих решений в области бренд-менеджмента.

**Приобрести опыт деятельности:**

- активно использовать знания в области бренд-менеджмента в реализации профессиональных навыков.

#### **4. ОБЪЕМ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единиц (144 часа) в 5-6 семестрах. Форма промежуточной аттестации – зачет в 5, экзамен в 6 семестре.