

Код, специальность	6-05-0722-06 Принттехнологии
Модуль	Специальная профессиональная подготовка 2
Дисциплина	Технологии брендинга

Курс / Семестр	Трудоемкость в зачетных единицах (кредитах)	Количество часов		Форма аттестации	
		аудиторных	самостоятельной работы	текущей	промежуточной
3/5	3	72	36	Защита лабораторных работ	Дифференцированный зачет

Краткое содержание дисциплины

Критерии классификации и виды брендов. Задачи и функции бренда. Содержание основных элементов бренда. Коммуникационный процесс бренда. Сущность брендинга и его отличительные особенности на разных рынках. Стратегические цели брендинга. Основная цель. Цели брендинга, определяемые типом торговой марки. Основные этапы разработки бренда. Визуальный образ марки, разработка логотипа. Значение фирменного цвета, музыки. Понятие фирменного стиля, его эволюция. Ребрендинг и рестайлинг в брендинге. ATL-коммуникации. BTL-коммуникации. Формы стимулирования сбыта, паблик рилейшнз, прямой маркетинг. Бренд-коммуникации в Интернете.

Пререквизиты: «Программные средства обработки информации в принттехнологиях», «Теория цвета и цветовоспроизведения в принттехнологиях».

Компетенции: СК-15 Применять практические навыки планирования и организации мероприятий паблик рилейшнз для бренда, планировать и организовывать деятельность по разработке бренда и ребрендингу. СК-16 Применять современные способы маркировки продукции и технологии нанесения постоянных и переменных данных на тару, упаковку и этикетку.

Результаты обучения (знать, уметь, иметь навык)

знать: сущность, основные элементы и характеристики бренда; типологию брендов; цели создания и принципы управления портфелем брендов; концепции позиционирования бренда; основные понятия и технологии брендинга; специфику деятельности по формированию бренда и его продвижению; методы и технологию управления брендами.

уметь: планировать и организовывать деятельность по разработке бренда, ребрендинга; осуществлять позиционирование бренда; формировать архитектуру брендов; использовать инструменты продвижения бренда; понимать-символическую структуру брендов; оценивать положение бренд а на рынке проводить конкурентный анализ различных брендов; моделировать бренд-имидж и фирменный стиль компании/товара.

иметь навыки: в создании брендов для потребительского и отраслевого рынков; формирования портфелей брендов; моделирования бренд-имиджа; в выборе метода разработки и проведения рекламных и PR-кампаний по продвижению бренда; управления брендингом в организации.