

Автономная Некоммерческая Организация Высшего Образования

**«**Славяно-Греко-Латинская Академия»

|  |  |
| --- | --- |
| **СОГЛАСОВАНО**  Решением Ученого Совета  от «29» августа 2023 г. протокол № 6 | **УТВЕРЖДАЮ**  Ректор АНО ВО «СГЛА»  \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Храмешин С.Н. |

**Аннотация к рабочей программе дисциплины**

**Б1.В.11 Бренд-менеджмент и создание стоимости компании**

|  |  |
| --- | --- |
| **Направление подготовки** | **38.04.02 Менеджмент** |
| **Направленность (профиль)** | **Стратегический менеджмент и маркетинг** |
| **Кафедра** | **международных отношений и социально-экономических наук** |
| **Форма обучения**  **Год начала обучения** | **Очная**  **2023** |
| **Реализуется в семестре** | **3 семестр курс 2** |

**Б1.В.11 Бренд-менеджмент и создание стоимости компании**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **Наименование дисциплины** | **Б1.В.11**  **Бренд-менеджмент и создание стоимости компании** |
|  | Краткое содержание | Сущность и содержание концепции брендинга. Бренд-менеджмент в системе стратегического управления. Современные направления брендинговой политики. Понятие бренд-стратегии, ее место и роль в иерархической структуре маркетинговых стратегий организаций. Создание бренд-стратегии.  Методы проведения исследований в бренд менеджменте. Создание и позиционирование бренда. Интегрированные бренд-коммуникации. Управление брендовым портфелем.  Теоретические основы создания и оценки стоимости компании. Показатели эффективности работы компании – маркетинговые и финансовые, анализ их взаимосвязи. Маркетинг, ориентированный на создание стоимости компании. Понятие и сущность марочного капитала. Формирование марочного капитала и оценка стоимости бренда, торговых марок.  Аудит и оценка стоимости бренда. Стратегии повышения клиенто-ориентированности и стоимость компании. Эффективность и результативность маркетинговой деятельности.  Правовое регулирование бренд-менеджмента. |
| Результаты освоения дисциплины | Опираясь на требования к созданию и продвижению брендов, знания правовых основ регулирования управления ими, самостоятельно выполняет процедуры бренд-менеджмента с использованием необходимых инструментов создания и управления брендами, формирует концепцию и план продвижения бренда на основе разработанных словесных и графических решение по бренду, применяет практический опыт для анализа роли нематериальных активов в акционерной стоимости и определяет стоимость бренда, торговых марок; на основе анализа взаимосвязи маркетинговых и финансовых показателей компании самостоятельно находит направления использования технологий маркетинга для обеспечения роста денежных потоков и стоимости компании. |
| Трудоемкость, з.е. | 3 |
| Формы отчетности | экзамен контрольная работа |
| **Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины** | |
| Основная литература | 1. Кузьмина, О. Г. Бренд-менеджмент : учебное пособие : [для студентов вузов, обучающихся по эконом. напр. подготовки] / О.Г. Кузьмина. - Москва : РИОР : ИНФРА-М, 2018. - 176 с. : ил., табл. - (Высшее образование - Бакалавриат). - Прил.: с. 169-175. - Библиогр.: с. 152-155 и в подстроч. примеч. - ISBN 978-5-369-01614-5. - ISBN 978-5-16-012452-0, экземпляров неограничено 2. Чернатони. Брендинг. Как создать мощный бренд Электронный ресурс : учебник / МакДональд Малькольм / Лесли Чернатони де ; пер. Б.Л. Ерёмин. - Брендинг. Как создать мощный бренд,2020-10-10. - Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 559 c. - Книга находится в базовой версии ЭБС IPRbooks. - ISBN 5-238-00894-5, экземпляров неограничено 3. Шульгатый, О.Л. Оценка стоимости бизнеса / О.Л. Шульгатый : учебно-методическое пособие Электронный ресурс : Южный институт менеджмента, Ай Пи Эр Медиа ; Краснодар, Саратов, 2017. - 84 c. - Книга находится в базовой версии ЭБС IPRbooks., экземпляров неограниченно |
|  | Дополнительная литература | 1. Подгорный, В.В. Оценка стоимости бизнеса / В.В. Подгорный : учебное пособие Электронный ресурс : Донецкий государственный университет управления ; Донецк, 2016. - 233 c. - Книга находится в базовой версии ЭБС IPRbooks., экземпляров неограниченно 2. Чернатони, Л. Брендинг. Как создать мощный бренд / М.   МакДональд ; М. МакДональд. - Москва :Юнити-Дана, 2015. - 559 с. - (Зарубежный учебник). - ISBN 5-238-00894-5, экземпляров неограничено   1. Годин, А. М. Брендинг : Учебное пособие / Годин А. М. - Москва : Дашков и К, 2013. - 183 с. - Книга находится в базовой версии ЭБС IPRbooks. - ISBN 978-5-394-01149-8, экземпляров неограничено 4.Грошев, И. В. Системный бренд-менеджмент / И.В. Грошев ; А.А. Краснослободцев. - Москва :Юнити-Дана, 2015. - 655 с. - ISBN 978-5-238-02203-1, экземпляров неограничено 2. Чернышева, А. М. Брендинг : учебник для бакалавриата и магистратуры : для студентов вузов, обучающихся по эконом.напр. и специальностям / А. М. Чернышева, Т. Н. Якубова. - Москва:Юрайт, 2017. - 505 с. : ил., табл. - (Бакалавр.Базовый курс). - Гриф: Доп. УМО. - Прил.: с. 487-504. - Библиогр.: с. 484-486. - ISBN 978-5-9916-2979-9 6. 3. Карпова, С. В.Брендинг: учебник и практикум для прикладного бакалавриата : для студентов вузов, обучающихся по эконом.напр. и специальностям / С. В. Карпова, И. К. Захаренко ; Финанс. ун-т при Правительстве Российской Федерации. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : Юрайт, 2017. - 440 с. : ил., табл. - (Бакалавр. Прикладной курс) (Гриф: Рек. УМО). - Прил.: с. 424-439. - Библиогр.: с. 420-423. - ISBN 978-5-9916-3732-9 |