

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:

ФИО: Исаев Игорь Магомедович

Должность: Проректор по учебной и научной работе

Дата подписания: 01.08.2023 11:21:18

Уникальный идентификатор документа:

d7a26b9e8ca85e98ec3de2eb454b4659d061f249

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования**

«Национальный исследовательский технологический университет «МИСИС»

Аннотация рабочей программы учебной дисциплины **Создание и позиционирование бренда (бизнес- тренинги)**

Закреплена за подразделением

Кафедра промышленного менеджмента

Направление подготовки

38.03.02 МЕНЕДЖМЕНТ

Профиль

Квалификация **Бакалавр**

Форма обучения **очная**

Общая трудоемкость **3 ЗЕТ**

Часов по учебному плану 108

Формы контроля в семестрах:

в том числе:

зачет с оценкой 6

аудиторные занятия 51

самостоятельная работа 57

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	6 (3.2)		Итого	
	УП	РП		
Неделя	17 2/6			
Вид занятий	УП	РП	УП	РП
Практические	51	51	51	51
Итого ауд.	51	51	51	51
Контактная работа	51	51	51	51
Сам. работа	57	57	57	57
Итого	108	108	108	108

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ

1.1	Цель освоения дисциплины – формирование у обучаемых компетенций,
1.2	позволяющих им успешно применять знания, навыки и умения в области бренд-менеджмента для решения профессиональных задач повышения эффективности деятельности организаций различных форм собственности путем разработки и совершенствования их процессов или административных регламентов, в том числе с
1.3	использованием современных информационных и телекоммуникационных технологий.

2. МЕСТО В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Блок ОП:		Б1.В.ДВ.05
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:	
2.1.1	Корпоративные финансы	
2.1.2	Бухгалтерский учет и анализ	
2.1.3	Основы производственного менеджмента и бережливое производство	
2.1.4	Теория отраслевых рынков	
2.1.5	Учебная практика по получению первичных профессиональных умений	
2.1.6	Экономическая оценка инвестиций	
2.1.7	Инструменты цифрового менеджмента	
2.1.8	Макроэкономика	
2.1.9	Цифровая экономика	
2.1.10	Экономика фирмы	
2.1.11	Микроэкономика	
2.1.12	Сквозная бизнес-аналитика	
2.1.13	Экономическая информатика	
2.2	Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:	
2.2.1	Анализ и прогнозирование денежных потоков	
2.2.2	Стратегический маркетинг	
2.2.3	Транспортное обеспечение коммерческой деятельности	
2.2.4	Управление инновациями	
2.2.5	Финансовый менеджмент	
2.2.6	Диагностика и оптимизация финансово-экономического состояния компании	
2.2.7	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	
2.2.8	Создание и позиционирование бренда	
2.2.9	Управление цепями поставок	

3. РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫЕ С ФОРМИРУЕМЫМИ КОМПЕТЕНЦИЯМИ

ПК-3: Способен проводить анализ показателей деятельности структурных подразделений (отделов, цехов) производственной организации, действующих методов управления при решении производственных задач и выявлять возможности повышения эффективности управления
Знать:
ПК-3-32 методы ситуационного анализа, включая SWOT-анализ, анализ стратегических позиций, анализ сегментов рынка, анализ конкуренции, позиционный анализ
ПК-3-31 понятийный аппарат теории бренд-менеджмента
УК-1: Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, умение анализировать процессы и системы с использованием соответствующих аналитических, вычислительных и экспериментальных методов, применять системный подход для решения поставленных задач
Знать:
УК-1-31 методы и инструменты бизнес-планирования
ПК-3: Способен проводить анализ показателей деятельности структурных подразделений (отделов, цехов) производственной организации, действующих методов управления при решении производственных задач и выявлять возможности повышения эффективности управления
Уметь:
ПК-3-У3 оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять

новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели
ПК-3-У2 выявлять недостатки, несоответствия в функционировании процесса или административного регламента, формулировать и обосновывать предложения по их исправлению в интересах обеспечения эффективного брендменеджмента
ПК-3-У1 выявлять потенциал повышения эффективности процесса брендменеджмента
Владеть:
ПК-3-В3 анализом кадрового потенциала, анализом результатов управленческого учета
ПК-3-В2 методами диагностики предпринимательских структур, в том числе организационно-управленческим анализом, производственно-хозяйственным анализом
ПК-3-В1 выявления отклонений от установленных критериев и показателей функционирования процессов и административных регламентов, значимых с точки зрения обеспечения эффективного бренд-менеджмента в организации