

# КРЕАТИВНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В БРЕНД-КОММУНИКАЦИЯХ

## 1. Цель освоения дисциплины

Формирование готовности к поиску нестандартных (креативных) решений и эффективного управления бренд-коммуникациями.

## 2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Креативные технологии в бренд-коммуникациях» относится к вариативной части блока дисциплин.

Для освоения дисциплины «Креативные технологии в бренд-коммуникациях» обучающиеся используют знания, умения, способы деятельности и установки, сформированные в ходе изучения дисциплин «Методология научных исследований», «Современные проблемы маркетинга», «Международный маркетинг и реклама», «Нейромаркетинг», «Применение искусственного интеллекта в бизнес-маркетинге», «Реклама и связи с общественностью в сфере бизнеса», «Стратегии брендинга и бренд-менеджмент», «Управление изменениями», «Управление человеческими ресурсами», «Формирование личного бренда».

## 3. Планируемые результаты обучения

В результате освоения дисциплины выпускник должен обладать следующими компетенциями:

- способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели (УК-3);
- способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки (УК-6).

**В результате изучения дисциплины обучающийся должен:**

### **знать**

- основные принципы и значение маркетинговых коммуникаций;
- современные тенденции в области креативных технологий бренд-коммуникаций;

### **уметь**

- определять модели бренд-коммуникаций;
- определять стратегии бренд-менеджмента;

### **владеть**

- основными принципами креативных технологий в бренд-коммуникациях;
- принципами разработки, продвижения и оценки бренда.

## 4. Общая трудоёмкость дисциплины и её распределение

количество зачётных единиц – 2,

общая трудоёмкость дисциплины в часах – 72 ч. (в т. ч. аудиторных часов – 16 ч., СРС – 56 ч.),

распределение по семестрам – 4,

форма и место отчётности – зачёт (4 семестр).

## 5. Краткое содержание дисциплины

Теоретические основы креативных технологий в бренд-коммуникациях.

Сущность бренд-коммуникаций. Истоки торговой марки и бренда. Функции маркетинговых

коммуникаций. Архитектура бренда. Стратегии бренд-менеджмента и бренд-коммуникаций. Цифровые факторы развития бренд-коммуникаций.

Современная практика применения креативных технологий в бренд-маркетинге. Система бренд-коммуникаций в современной экономике. Позиционирование и позиция бренда. Модели бренд-менеджмента и архитектура брендов. Креативные технологии в бренд менеджменте и бренд-коммуникациях. Применение нейросетей в формировании брендов.

## **6. Разработчик**

Латышев Денис Валентинович, канд. пед. наук, доцент кафедры управления персоналом и экономики в сфере образования ФГБОУ ВО "ВГСПУ".