

**МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ДЕПАРТАМЕНТ НАУЧНО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ ПОЛИТИКИ И ОБРАЗОВАНИЯ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«КРАСНОЯРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ**

Институт Экономики и Управления АПК
Кафедра Менеджмента в АПК

СОГЛАСОВАНО:

Директор института ЭиУ АПК

Шапорова З.Е.

"23"03. 2021 г.

УТВЕРЖДАЮ:

Ректор Красноярский ГАУ

Пыжикова Н.И.

"26"03. 2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Бренд-менеджмент

ФГОС ВО

Направление подготовки 38.04.02 «Менеджмент»
(код, наименование)

Направленность (профиль) «Стратегическое управление»

Курс 2

Семестр (ы) 4

Форма обучения очно-заочная

Квалификация выпускника магистр

Красноярск, 2021

Составители: Колоскова Ю.И., канд.экон.наук, доцент

«19» 03 2021 г.

Программа разработана в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки (специальности) 38.04.02 «Менеджмент», профессиональным стандартам:

07.007 Специалист по процессному управлению № 248н от 17.04.2018 г.

08.039 Специалист по внешнеэкономической деятельности №409н от 17.06.2019 г.

40.003 Специалист по стратегическому планированию и прогнозированию и организации производства №609н от 08.09.2014 г.

Программа обсуждена на заседании кафедры протокол № 7 «19» 03. 2021 г.

Зав. кафедрой Далисова Н.А., канд.экон.наук., доцент «19» 03 2021г.

Лист согласования рабочей программы

Программа принята методической комиссией института Экономики и Управления АПК протокол № 8 «23» 03 2021 г.

Председатель методической комиссии

Рожкова А.В., ст.преподаватель кафедры менеджмента в АПК

«23» 03 2021 г.

Заведующий выпускающей кафедрой по направлению подготовки (специальности) Далисова Н.А., канд.экон.наук., доцент

«19» 03 2021 г.

Оглавление

Аннотация.....	4
1. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ.....	4
2. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ.....	4
3. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЕ ДАННЫЕ ДИСЦИПЛИНЫ	5
4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....	6
4.1. Трудоемкость модулей и модульных единиц дисциплины	6
4.2. Содержание модулей дисциплины	6
4.3. Лекционные/лабораторные/практические/семинарские занятия	6
4.4. Лабораторные/практические/семинарские занятия.....	7
4.5. САМОСТОЯТЕЛЬНОЕ ИЗУЧЕНИЕ РАЗДЕЛОВ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ САМОПОДГОТОВКИ К ТЕКУЩЕМУ КОНТРОЛЮ ЗНАНИЙ	8
4.5.1. <i>Перечень вопросов для самостоятельного изучения и видов самоподготовки к текущему контролю знаний.....</i>	<i>8</i>
<i>Перечень вопросов для самостоятельного изучения и видов самоподготовки к текущему контролю знаний</i>	<i>8</i>
<i>Перечень рассматриваемых вопросов для самостоятельного изучения и видов самоподготовки к текущему контролю знаний.....</i>	<i>Error! Bookmark not defined.</i>
4.5.2. Курсовые проекты (работы)/ контрольные работы/ расчетно-графические работы.....	9
Темы курсовых проектов (работ)/ контрольные работы/ расчетно-графические работы	9
5. ВЗАИМОСВЯЗЬ ВИДОВ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ.....	9
6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	10
6.1. КАРТА ОБЕСПЕЧЕННОСТИ ЛИТЕРАТУРОЙ (ТАБЛИЦА 9).....	10
6.2. ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ» (ДАЛЕЕ – СЕТЬ «ИНТЕРНЕТ»).....	10
6.3. ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ	10
7. КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И ЗАЯВЛЕННЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ	12
8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	12
9. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ.....	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.0
9.1. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ.....	10
9.2. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ.....	10
<i>Изменения.....</i>	<i>161</i>

Аннотация

Дисциплина «Бренд-менеджмент» является дисциплиной по выбору, части формируемой участниками образовательных отношений, для подготовки обучающихся по направлению 38.04.02 «Менеджмент» профиль «Стратегическое управление». Дисциплина реализуется в институте Экономики и управления АПК кафедрой Менеджмента в АПК.

Дисциплина нацелена на формирование универсальных и профессиональной компетенций:

(УК-5, ПК-5).

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, направленных на формирование и развитие знаний и навыков в области брендинга, т.е. выработка у студентов профессионального видения по созданию и управлению брендами.

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: (лекции, практические занятия, самостоятельная работа).

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме тестирования, опроса, практических заданий, кейса и промежуточный контроль в форме зачета.

Программой дисциплины предусмотрены лекционные 16 часов, практические 32 часа, самостоятельная работа студента (60 часов).

1. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Бренд-менеджмент» включена в ОПОП, в части формируемой участниками образовательных отношений.

В рамках освоения дисциплины «Бренд-менеджмент» обучающиеся изучают следующие разделы:

1. Бренд-менеджмент в системе внутрифирменного планирования.
2. Стратегический бренд-менеджмент.

Контроль знаний обучающихся проводится в форме текущего и промежуточных контролей, промежуточной аттестации в виде зачета.

2. Цели и задачи дисциплины. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Целью курса «Бренд-менеджмент» является ознакомление с новым, развивающимся направлением маркетинга в теоретическом плане, формирование практических навыков последовательного и целенаправленного формирования системы партнерских отношений клиентоориентированной фирмы.

Задачи дисциплины:

- ✓ знаний специальной терминологии дисциплины, нормативно-правового регулирования в сфере товарных знаков и брендинга,
- ✓ изучить методы разработки и выведения нового бренда на рынок, об управлении существующим брендом,
- ✓ сформировать навыки применения методов и средств управления брендами, оценки стоимости бренда;
- ✓ уметь искать пути повышения эффективности управления конкурентоспособностью предприятия за счет брендинга.

Таблица 1

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

Код, наименование компетенции	Код и наименование индикаторов достижений компетенций	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
-------------------------------	---	---

УК-5. Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	УК-5.И-1. Имеет представление о сущности и принципах анализа разнообразия культур в процессе межкультурного взаимодействия УК-5.И-2. Демонстрирует способность анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия.	Знать: роль брендинга в процессах формирования уникальных конкурентных преимуществ на рынке, основы разработка и выведение на рынок присущих разнообразия культур в процессе межкультурного взаимодействия Уметь: использовать в практической деятельности организации информацию, полученную в результате маркетинговых исследований и сравнительного анализа лучших практик в менеджменте. Владеть: основами межкультурных отношений в менеджменте, способностью эффективно выполнять свои функции в межкультурной среде.
ПК-5 Способен оценивать потенциал и разрабатывать стратегии освоения новых рынков в условиях глобальной конкурентной среды	ПК5. ИД-1 - Идентифицирует факторы определяющие конкурентоспособность организации в бизнес-среде; ПК5. ИД-3 - Формирует стратегические планы освоения новых рынков в конкурентной среде	Знать: понятие брендинга и его роль в процессе управления предприятием, сущность бренда как основного элемента рыночных активов в управлении предприятием, методические аспекты создания и управления брендом в условиях высоко конкурентного рынка. Уметь: разрабатывать бренд для предприятия и оценивать его роль в формировании дополнительной ценности предприятия на рынке. Владеть: - технологией создания бренд-плана и внедрения его в деятельность предприятия.

3. Организационно-методические данные дисциплины

Таблица 2

Распределение трудоемкости дисциплины по видам работ по семестрам

Вид учебной работы	Трудоемкость		
	зач. ед.	час.	по семестрам
			№4
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	3	108	108
Контактная работа	1,3	48	48
в том числе:			
Лекции (Л) / в том числе в интерактивной форме		18	16/4
Практические занятия (ПЗ) / в том числе в интерактивной форме		18	32/10
Самостоятельная работа (СРС)	1,7	60	60
в том числе:			
самостоятельное изучение тем и разделов		40	40
самоподготовка к текущему контролю знаний		11	11
подготовка и сдача зачета		9	9

Вид учебной работы	Трудоемкость		
	зач. ед.	час.	по семестрам
			№4
Вид контроля:			зачет

4. Структура и содержание дисциплины

4.1. Трудоёмкость модулей и модульных единиц дисциплины

Таблица 3

Тематический план

№	Раздел дисциплины	Всего часов	В том числе			Формы контроля
			лекции	практические или семинарские занятия	СРС	
1	Бренд-менеджмент в системе внутрифирменного планирования.	48	6	12	30	опрос, задания, кейс
2	Стратегический бренд-менеджмент.	60	10	20	30	
	Итого	108	16	32	60	Зачет

4.2. Содержание модулей дисциплины

Модуль 1 Бренд-менеджмент в системе внутрифирменного планирования.

Модульная единица 1 Сущность и содержание бренд-менеджмента.

Модульная единица 2 Организационные формы бренд-менеджмента.

Модуль 2 Стратегический бренд-менеджмент.

Модульная единица 1 Бренддинг в системе стратегического управления.

Модульная единица 2 Управление портфелем бренда.

4.3. Лекционные/лабораторные/практические/семинарские занятия

Таблица 4

Содержание лекционного курса

№ п/п	№ модуля и модульной единицы дисциплины	№ и тема лекции	Вид контрольного мероприятия	Кол-во часов
1.	Модуль 1 Бренд-менеджмент в системе внутрифирменного планирования.		коллоквиум	6/2
	Модульная единица 1 Сущность и содержание бренд-менеджмента	Лекция 1 – Основные подходы к бренд-менеджменту (лекция-беседа)	опрос	1/1
		Лекция 2 –Влияние бренда на внутрифирменное планирование (лекция-беседа)	опрос	1/1
	Модульная единица 2	Лекция 1 – Идентичность	опрос	2

№ п/п	№ модуля и модульной единицы дисциплины	№ и тема лекции	Вид контрольного мероприятия	Кол-во часов
	Организационные формы бренд-менеджмента	бренда.		
		Лекция 2 – Система визуальной идентификации бренда.	опрос	2
2.	Модуль 2 Стратегический бренд-менеджмент.		коллоквиум	10/2
	Модульная единица 1 Брендинг в системе стратегического управления	Лекция 1 – Основные теории удовлетворенности клиента. Оценка удовлетворенности клиентов.	опрос	2/2
		Лекция 2 – Степень удовлетворенности клиентов как показатель их сегментации.	опрос	4/2
	Модульная единица 2 Управление портфелем бренда.	Лекция 1 – Аудит портфеля брендов.	опрос	2
		Лекция 2 – Управление эффективностью бренда	опрос	2
	Итого		Зачет	16/4

4.4. Лабораторные/практические/семинарские занятия

Таблица 5

Содержание занятий и контрольных мероприятий

№ п/п	№ модуля и модульной единицы дисциплины	и название лабораторных/практических занятий с указанием контрольных мероприятий	Вид контрольного мероприятия	Кол-во часов
1.	Модуль 1 Бренд-менеджмент в системе внутрифирменного планирования.		кейс, тестирование	12/4
	Модульная единица 1 Сущность и содержание бренд-менеджмента	Занятие № 1. Основные подходы к бренд-менеджменту	Практическое задание	2
		Занятие № 2 Влияние бренда на внутрифирменное планирование	Практическое задание	2
	Модульная единица 2 Организационные формы бренд-менеджмента.	Занятие № 1. Идентичность бренда.	Практическое задание	4/2
		Занятие № 2. Система визуальной идентификации бренда.	Практическое задание	4
2.	Модуль 2 Стратегический бренд-менеджмент		кейс, тестирование	20/6
	Модульная единица 1 Брендинг в системе стратегического управления.	Занятие №1 Основные теории удовлетворенности клиента. Оценка удовлетворенности клиентов.	Практическое задание	4
		Занятие № 2 Степень удовлетворенности клиентов	Практическое задание	4/4

№ п/п	№ модуля и модульной единицы дисциплины	и название лабораторных/практических занятий с указанием контрольных мероприятий	Вид контрольного мероприятия	Кол-во часов
		как показатель их сегментации.		
	Модульная единица 2 Управление портфелем бренда.	Занятие №1 Аудит портфеля брендов.	Практическое задание	6\2
		Занятие №2. Управление эффективностью бренда	Практическое задание	6
	Итого		Зачет	32/10

4.5. Самостоятельное изучение разделов дисциплины и виды самоподготовки к текущему контролю знаний

4.5.1. Перечень вопросов для самостоятельного изучения и видов самоподготовки к текущему контролю знаний

Таблица 6

Перечень вопросов для самостоятельного изучения и видов самоподготовки к текущему контролю знаний

№п/п	№ модуля и модульной единицы	Перечень рассматриваемых вопросов для самостоятельного изучения и видов самоподготовки к текущему контролю знаний	Кол-во часов
Модуль 1 Бренд-менеджмент в системе внутрифирменного планирования			20
1	Модульная единица 1 Сущность и содержание бренд-менеджмента	1. Принципы разработки и составляющие эффективной платформы бренда. Идентичность бренда. 2. Классификация атрибутов бренда. 3. Кросс-культурный анализ и его возможности для брендинга. 4. Коммуникационное управление брендом 5. Специфика корпоративного брендинга. 6. Бренд-сообщество: составляющие сообщества бренда и их развитие	8
2	Модульная единица 2 Организационные формы бренд-менеджмента	1. Модель Ф.Котлера «3I» бренда 2. Исследование системы бренда в потребительском сегменте 3. Классификация атрибутов бренда. 4. Товарный бренд-нэйм 5. Мифодизайн элементов бренд-стиля	12
Модуль 2 Стратегический бренд-менеджмент			20
3	Модульная единица 1 Брендинг в системе стратегического управления.	1. Принципы разработки и составляющие эффективной платформы бренда. Идентичность бренда. 2. Основные методы формирования лояльности бренду. Степень лояльности потребителей бренду и причины переключения потребителей на другие марки. 3. Релевантность бренда (Brand Relevance) 4. Способность к доминированию бренда	12

№п/п	№ модуля и модульной единицы	Перечень рассматриваемых вопросов для самостоятельного изучения и видов самоподготовки к текущему контролю знаний	Кол-во часов
		(Brand Power) 5. Проблема защиты от подделок и имитаций брендов. 6. Миссия бренда и его имидж: общее и особенное 7. Диверсионный анализ как метод предупредительной защиты брендов: виды, этапы и их характеристика.	
4	Модульная единица 2 Управление портфелем бренда.	1. Механизмы формирования коммуникативных каналов бренд - символатов 2. Принципы интернет-брендинга. Стратегии развития брендов в глобальной сети. 3. Проблема недобросовестной конкуренции и предпринимательства: фальсификация и имитация брендов. 4. Оценка стоимости брендов по методу компании Brand Finance. 5. Управление глобальным брендом на локальных рынках: стандартизация и адаптация.	20
подготовка к текущему контролю знаний			11
подготовка к зачету			9
ВСЕГО			60

4.5.2. Курсовые проекты (работы)/ контрольные работы/ расчетно-графические работы

Не предусмотрено учебным планом

Таблица 7

№ п/п	Темы курсовых проектов (работ)/ контрольные работы/ расчетно-графические работы	Рекомендуемая литература (номер источника в соответствии с прилагаемым списком)

5. Взаимосвязь видов учебных занятий

Таблица 8

Взаимосвязь компетенций с учебным материалом и контролем знаний студентов

Компетенции	Лекции	ПЗ	СРС	Другие виды	Вид контроля
УК-5. Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного	М1 М.ед.1 М.ед.2	М1 М.ед.1 М.ед.2	М1 М.ед.1 М.ед.2		Опрос, Практические

Компетенции	Лекции	ПЗ	СРС	Другие виды	Вид контроля
взаимодействия					ситуации, зачет
ПК-5 Способен оценивать потенциал и разрабатывать стратегии освоения новых рынков в условиях глобальной конкурентной среды	М1 М.ед.1 М.ед.2	М1 М.ед.1 М.ед.2	М1 М.ед.1 М.ед.2		Опрос, Практические ситуации, зачет

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Карта обеспеченности литературой (таблица 9)

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (далее – сеть «Интернет»)

- Электронная- библиотечная система «Лань» e.lanbook.com
- Электронная библиотечная система «Юрайт» www.biblio-online.ru/
- Электронная библиотечная система «AgriLib» <http://ebs.rgazu.ru/>
- Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU elibrary.ru

Информационные справочные системы:

- Справочно-правовая система КонсультантПлюс
- Информационно – аналитическая система «Статистика»

6.3. Программное обеспечение

1. Операционная система Windows (академическая лицензия № 44937729 от 15.12.2008).

2. Офисный пакет приложений MicrosoftOffice (академическая лицензия № 44937729 от 15.12.2008).

3. Программа для создания и просмотра электронных публикаций в формате PDF; AcrobatProfessional (образовательная лицензия № CE0806966 от 27.06.2008).

4. Антивирусное программное обеспечение KasperskyEndpointSecurity (лицензия № 1800-191210-144044-563-2513 от 10.12.2019).

5. Система дистанционного образования «Moodle 3.5.6a» (бесплатно распространяемое ПО).

Таблица 9

КАРТА ОБЕСПЕЧЕННОСТИ ЛИТЕРАТУРОЙ

Кафедра Менеджмента в АПК Направление подготовки 38.04.02 «Менеджмент» профиль «Стратегическое управление»
Дисциплина «Бренд-менеджмент»

Вид занятий	Наименование	Авторы	Издательство	Год издания	Вид издания		Место хранения		Необходимое количество экз.	Количество экз. в вузе
					Печ.	Электр.	Библ.	Каф.		
1	2	3	4	6	7	8	9	10	11	12
<i>Основная литература</i>										
Лекции, практические занятия	Брендинг	Домнин, В. Н.	Юрайт	2021		+				https://urait.ru/book/brending-489564
Лекции, практические занятия	Бренд-менеджмент	Пономарёва, Е. А.	Юрайт	2021		+				https://urait.ru/author-course/brend-menedzhment-489174
Лекции, практические занятия	Маркетинговые исследования и ситуационный анализ в 2 ч. Часть 1	Чернышева А. М., Якубова Т. Н.	Юрайт	2021		+				https://urait.ru/book/marketingovye-issledovaniya-i-situacionnyy-analiz-v-2-ch-chast-1-490013

Директор библиотеки

Р.А. Зорина

7. Критерии оценки знаний, умений, навыков и заявленных компетенций

Текущая аттестация обучающихся производится в дискретные временные интервалы преподавателем, ведущим лекционные и практические занятия по дисциплине в следующих формах:

- тестирование;
- опрос;
- выполнение практических ситуаций;
- кейсы.

Рейтинг – план дисциплины «Бренд-менеджмент»

	Модули	Часы	Баллы
1	Модуль № 1	48	40
2	Модуль № 2	60	40
	Зачет		20
	Итого	108	100

• Распределение баллов по модулям

№	Модули	Баллы по видам работ					Итого
		Ситуационные задания	Опрос	Тестирование	кейс	Зачет	
1	Модуль № 1	10	10	10	10	-	40
2	Модуль № 2	10	10	10	10	-	40
	Зачет	-	-	-	-	20	20
	Итого	20	20	20	20	20	100

Промежуточный контроль (зачет)

Промежуточный контроль по результатам семестрам по дисциплине проходит в форме контрольного итогового тестирования.

Для допуска к промежуточному контролю обучающийся должен набрать необходимое количество баллов по итогам текущей аттестации – **40-80** баллов.

Итоговое тестирование включает в себя тестирующие материалы по всему курсу «Цифровой маркетинг» (10 тест-заданий в одном варианте).

Оценивание итогового тестирования осуществляется по следующим критериям:

Обучающийся, давший правильные ответы 85-100% тестирующих материалов (1-2 ошибки), получает максимальное количество баллов – 20.

Обучающийся, давший правильные ответы в пределах 70-85% тестирующих материалов (3 ошибки), получает - 18 баллов.

Обучающийся, давший правильные ответы в пределах 60-70% (4 ошибки) тестирующих материалов, получает - 16 баллов.

Обучающийся, давший правильные ответы на менее чем 60% тестирующих материалов, не набирает баллов и приходит на контрольное тестирование повторно.

Баллы, полученные на итоговом тестировании, суммируются с баллами, полученными в течение семестра на текущей аттестации и принимается решение по следующим критериям:

65 – 100 - зачтено

Обучающимся, не сдавшим зачет или не явившимся для сдачи зачета в установленный срок, предоставляется возможность пройти повторную промежуточную аттестацию в соответствии с графиком ликвидации академических задолженностей:

http://www.kgau.ru/new/news/news/grafik_lz.pdf.

Вопросы к зачету

1. Предмет и метод брендинга.
2. Суть, цель и задачи брендинга.
3. Основные понятия в брендинге.
4. Различия между терминами «бренд» и «товарный знак»
5. Определения термина «бренд».
6. Основные функции бренда
7. Определение бренда в рамках подхода «имиджа бренда».
8. Перечислите структурообразующие элементы архитектуры бренда и дайте их определения.
9. Опишите этапы создания бренда.
10. В чем основное преимущество Private Label?
11. Дайте определение идентичности бренда.
12. В чем состоит отличие идентичности от имиджа бренда?
13. Каким образом достигается дифференцирование бренда компании от брендов конкурентов?
14. Каковы основные блоки, содержащиеся в креативном брифе?
15. Позиционирование: как его создать?
16. Каковы основные принципы управления портфелем брендов?
17. Сегментирование: подходы.
18. Перечислите основные виды стратегий позиционирования бренда?
19. Основные особенности концепции «капитала бренда». Дайте определение «капитала бренда».
20. Как капитал бренда создает ценность для потребителя?
21. Каковы составляющие элементы «капитала бренда».
22. Назовите основные показатели эффективности бренда и дайте их определения.
23. Покажите на примере пирамиду бренда.
24. Коммуникационное поле бренда: его стороны.
25. Бенчмаркинг .
26. Креатив: технологии.
27. Звезда бренда Т.Гэда.
28. Пирамида бренда.
29. Ребрендинг.
30. Товарный знак и фирменное наименование
31. Регистрация товарных знаков (знаков обслуживания)
32. Типы коллективных брендов, существующих в странах с развитой рыночной экономикой
33. Фирменный стиль как составная часть брендинга
34. Интернет как средство коммуникации и становления бренда.

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Учебная аудитория 1-41 – для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации (660130, Красноярский край, г. Красноярск, ул. Елены Стасовой, 44 И). Рабочие места преподавателя и студентов, укомплектованные специализированной мебелью, и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории. Для проведения занятий лекционного типа предлагаются наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, общая локальная компьютерная сеть Internet, комплект мультимедийного оборудования: ноутбук AcerAspire 5, переносной экран на треноге MediumProfessional, переносной проектор EpsonEB.

Помещение для самостоятельной работы 3-13 (660130, Красноярский край, г. Красноярск, ул. Елены Стасовой 44 «И») мебелью, общая локальная компьютерная сеть Internet, 11 компьютеров на базе процессора IntelCeleron в комплектации с мониторами Samsung, LG, Aser, Viewsonic и др. внешними периферийными устройствами, Приспособлено частично

9. Методические рекомендации для обучающихся по освоению дисциплины

9.1. Методические указания по дисциплине для обучающихся

Рабочая программа предусматривает возможность обучения в рамках традиционной поточно-групповой системы обучения. При поточно –групповой системе обучения последовательность изучения учебно-образовательных модулей определяется его номером. При этом обучение рекомендуется в течение семестра: для обучающихся – 4 семестр.

На кафедре внедрена кредитно-модульная система обучения. При введении кредитно-модульной системы обучения сформирован учебный план таким образом, чтобы он обеспечивал возможность:

- изучение отдельных модулей в различные расширенные временные интервалы и различной последовательности.

Обучающиеся перед преподаванием дисциплин должны быть ознакомлены с системами кредитных единиц и балльно-рейтинговой оценкой.

Закрепление полученных теоретических знаний осуществляется на практических занятиях в завершающей части учебного курса. Выбор формы проведения практических занятий проводится преподавателем и может включать:

- имитационные занятия;
- решение ситуационных задач;
- кейсов;
- применение проектного метода;
- круглые столы;
- научно-практические конференции.

9.2. Методические указания по дисциплине для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

В целях освоения учебной программы дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья обеспечивается:

1.Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по зрению:

- 1.1 размещение в доступных для обучающихся местах и в адаптированной форме справочной информации о расписании учебных занятий;
- 1.2 присутствие ассистента, оказывающего обучающемуся необходимую помощь;
- 1.3 выпуск альтернативных форматов методических материалов (крупный шрифт или аудиофайлы);
- 2. Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья послуху:
 - 2.1 надлежащими звуковыми средствами воспроизведение информации;
- 3. Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата:
 - 3.1 возможность беспрепятственного доступа обучающихся в учебные помещения, туалетные комнаты и другие помещения института, а также пребывание в указанных помещениях.

Образование обучающихся с ограниченными возможностями здоровья может быть организовано как совместно с другими обучающимися, так и в отдельных группах или в отдельных организациях.

Перечень учебно-методического обеспечения самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предоставляются водной из форм, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации.

Категории студентов	Формы
С нарушение слуха	• в форме электронного документа;
С нарушением зрения	• в форме электронного документа
С нарушением опорно-двигательного аппарата	• в форме электронного документа;

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

В освоении дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья большое значение имеет индивидуальная работа. Под индивидуальной работой подразумевается две формы взаимодействия с преподавателем: индивидуальная учебная работа (консультации), т.е. дополнительное разъяснение учебного материала и углубленное изучение материала с теми обучающимися, которые в этом заинтересованы, и индивидуальная воспитательная работа. Индивидуальные консультации по предмету являются важным фактором, способствующим индивидуализации обучения и установлению воспитательного контакта между преподавателем и обучающимся инвалидом или обучающимся с ограниченными возможностями здоровья.

ПРОТОКОЛ ИЗМЕНЕНИЙ РЦД

Дата	Раздел	Изменения	Комментарии

Программу разработал:

Колоскова Ю.И., канд.экон.наук. доцент

РЕЦЕНЗИЯ

на рабочую программу по дисциплине «Бренд-менеджмент» для подготовки магистров по программе ФГОС ВО, направления подготовки:

38.04.02 Менеджмент очно-заочной формы обучения.

Представленная на рецензию программа оформлена с соблюдением всех требований, предъявляемых к оформлению рабочих программ по стандартам ФГОС ВО 3-го поколения.

Дисциплина «Бренд-менеджмент» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 Дисциплины (модули) подготовки студентов по направлению подготовки «Менеджмент».

Реализация в дисциплине «Бренд-менеджмент» требований ФГОС ВО, ОПОП ВО, Учебного плана по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент». Предложенные в программе перечень тем лекций и их содержание позволяют получить необходимые теоретические знания в области гибких технологий проектного управления.

Программа проведения занятий, предложенные в ней образовательные технологии, позволяют достичь заявленной цели - формирование у студентов комплексного представления о современных инструментах бренд-менеджмента в управлении проектами и продуктами.

Предложенная в программе система контрольных процедур и средства их обеспечения позволяют оценить степень освоения студентом материала дисциплины и качество сформированных навыков.

Считаю, что представленная на рецензию рабочая программа полностью удовлетворяет требованиям ФГОС ВО и может быть использована для подготовки обучающихся по дисциплине «Бренд-менеджмент» по направлению подготовки магистрантов 38.04.02 «Менеджмент».

к.э.н, доцент, директор
Института инженерной экономики
СибГУ им. М.Ф. Решетнева



К.Ю. Лобков