

**МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ДЕПАРТАМЕНТ ОБРАЗОВАНИЯ, НАУЧНО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ ПОЛИТИКИ И
РЫБОХОЗЯЙСТВЕННОГО КОМПЛЕКСА
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«Красноярский государственный аграрный университет»**

Институт Экономики и управления АПК

Кафедра Менеджмент в АПК

СОГЛАСОВАНО:
Директор ЭиУ АПК
Шاپорова З.Е.
«31» 03. 2022г.

УТВЕРЖДАЮ:
Ректор Красноярский ГАУ
Пыжикова Н.И.
«31» 03. 2022г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

**БРЭНД-МЕНЕДЖМЕНТ
ФГОС ВО**

Направление подготовки 38.04.02 Менеджмент
(шифр – название)

Направленность (профиль) «маркетинг и цифровые коммуникации»

Курс 2

Семестры 4

Форма обучения очно - заочная

Квалификация выпускника магистр

Красноярск, 2022

Составитель: **Антамошкина О.И.**
(ФИО, ученая степень, ученое звание) «17» 03 2022г.

Программа разработана в соответствии с ФГОС ВО по направлению 38.04.02
«Менеджмент»

Программа обсуждена на заседании кафедры протокол № 7 «17» 03 2022г.

Зав. кафедрой **Далисова Н. А., канд. экон. наук, доцент**
(ФИО, ученая степень, ученое звание) «17» 03 2022 г.

Лист согласования рабочей программы

Программа принята методической комиссией института ЭиУ АПК

№ 7 « 21» 03. 2022 г.

Председатель методической комиссии **Рожкова А.В.**
(ФИО, ученая степень, ученое звание) «21» 03. 2022 г.

Заведующий выпускающей кафедры по направлению подготовки
Далисова Н. А., канд. экон. наук, доцент
(ФИО, ученая степень, ученое звание) «21» 03. 2022 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. ТРУДОЁМКОСТЬ МОДУЛЕЙ И МОДУЛЬНЫХ ЕДИНИЦ ДИСЦИПЛИНЫ.....	6
4.2. СОДЕРЖАНИЕ МОДУЛЕЙ ДИСЦИПЛИНЫ	7
4.3. ЛЕКЦИОННЫЕ ЗАНЯТИЯ	8
4.4. ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАНЯТИЯ	9
4.5. САМОСТОЯТЕЛЬНОЕ ИЗУЧЕНИЕ РАЗДЕЛОВ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ САМОПОДГОТОВКИ К ТЕКУЩЕМУ КОНТРОЛЮ ЗНАНИЙ	10
4.5.1. <i>Перечень вопросов для самостоятельного изучения и видов самоподготовки к текущему контролю знаний</i> 10	
5. ВЗАИМОСВЯЗЬ ВИДОВ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ.....	11
6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	12
6.1. КАРТА ОБЕСПЕЧЕННОСТИ ЛИТЕРАТУРОЙ (ТАБЛИЦА 9)	12
6.2. ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ» (ДАЛЕЕ – СЕТЬ «ИНТЕРНЕТ»)	12
6.3 ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ	12
7. КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И ЗАЯВЛЕННЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ ОШИБКА! ЗАКЛАДКА НЕ ОПРЕДЕЛЕНА.	
8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	15
9. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ	15
9.1. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ.....	15
9.2. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ	16
10.ПРОТОКОЛ ИЗМЕНЕНИЙ РПД	18
11.Изменения.....	18

Аннотация

Дисциплина **Брэнд-менеджмент** относится к части, формируемой участниками образовательных отношений (дисциплины по выбору) Блока 1 Дисциплины (модули) подготовки студентов по направлению подготовки **«Менеджмент»**. Дисциплина реализуется в институте «Экономики и управления АПК» кафедрой «Менеджмент в АПК».

Дисциплина нацелена на формирование профессиональной компетенции: ПК-4-Способен оценивать потенциал и разрабатывать стратегии освоения новых рынков в условиях глобальной конкурентной среды.

Содержание дисциплины охватывает следующий круг вопросов:

1. Понятие брэнда и брендинга
2. Определение и сущность брэнд-менеджмента
3. Брэнд-менеджмент в современной цифровой экономике

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, практические занятия, коллоквиум, самостоятельная работа студента, консультации.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме тестирования, коллоквиума, выполнения практических заданий и промежуточная аттестация в форме *зачета с оценкой*.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов. Программой дисциплины предусмотрены лекционные (16 часов, в т.ч. интерактивные 4 часа), практические (32 часа, в т.ч. интерактивные 10 часов) занятия и 60 часов самостоятельной работы.

Дисциплина нацелена на формирование профессиональной компетенции ПК-4 выпускника. ПК-4 - Способен оценивать потенциал и разрабатывать стратегии освоения новых рынков в условиях глобальной конкурентной среды.

1. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Брэнд-менеджмент» включена в ОПОП, в часть, формируемую участниками образовательных отношений, дисциплина по выбору блока 1 Дисциплины (модули).

Дисциплина «Брэнд-менеджмент» является основополагающим для выполнения следующих работ: «Технологическая (проектно-технологическая) практика», «Преддипломная практика».

Контроль знаний студентов проводится в форме текущей и промежуточной аттестации.

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

Целью дисциплины «Брэнд-менеджмент» является выявление сущности и особенностей бренд-менеджмента.

Задачи дисциплины:

- дать понятие бренду и брендингу;
- рассмотреть процесс формирования бренда;
- рассмотреть понятие, сущность, концепции бренд-менеджмента;
- определить роль бренд-менеджмента в современной цифровой экономике.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

Таблица 1

Код и наименование универсальной компетенции выпускника	Код и наименование индикатора достижения универсальной компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
ПК-4 - Способен оценивать потенциал и разрабатывать стратегии освоения новых рынков в условиях глобальной конкурентной среды.	ПК-4 ИД-1 - Идентифицирует факторы определяющие конкурентоспособность организации в бизнес-среде	Знать: - концепцию брэнд-менеджмента; Уметь: использовать различные концепции брэнд-менеджмента в процессе освоения новых рынков; Владеть: категориями брэнд-менеджмента
	ПК-4 ИД-2- Применяет методы прогнозирования конкурентоспособности организации и новых рыночных возможностей;.	
	ПК-4 ИД-3 - Формирует стратегические планы освоения новых рынков в конкурентной среде.	

3. Организационно-методические данные дисциплины

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 зач. ед. (108 часов), их распределение по видам работ и по семестрам представлено в таблице 2.

Таблица 2

Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ по семестрам

Вид учебной работы	Трудоёмкость			
	зач. ед.	час.	по семестрам	
			№4	
Общая трудоёмкость дисциплины по учебному плану	3	108	108	
Контактная работа	1,3	48	48	
в том числе:				
Лекции (Л) / в том числе в интерактивной форме		16/4	16/4	
Практические занятия (ПЗ) / в том числе в интерактивной форме		32/10	32/10	
Семинары (С) / в том числе в интерактивной форме				
Лабораторные работы (ЛР) / в том числе в интерактивной форме				
Самостоятельная работа (СРС)	1,7	60	60	
в том числе:				
курсовая работа (проект)				
самостоятельное изучение тем и разделов		31	31	
контрольные работы				
реферат				
самоподготовка к текущему контролю знаний		20	20	
подготовка к зачету				
др. виды				
Подготовка и сдача зачета с оценкой		9	9	
Вид контроля:		зачет с оценкой	Зачет с оценкой	

4. Структура и содержание дисциплины

4.1. Трудоёмкость модулей и модульных единиц дисциплины

Таблица 3

Трудоёмкость модулей и модульных единиц дисциплины

Наименование модулей и модульных единиц дисциплины	Всего часов на модуль	Контактная работа		Внеаудиторн ая работа (СРС)
		Л	ЛЗ/ПЗ/С	
Модуль 1 Понятие бренда и брендинга	38	6	12	20
Модульная единица 1.1. Бренд и его элементы	19	3	6	10
Модульная единица 1.2. Процесс формирования стратегии управления активами бренда	19	3	6	10
Модуль 2 Определение и сущность бренд-менеджмента	38	6	12	20
Модульная единица 2.1 Понятие, особенности бренд-менеджмента и его основные концепции	19	3	6	10
Модульная единица 2.2 Практический бренд-менеджмент. Вывод на рынок торговой марки	19	3	6	10
Модуль 3 Бренд-менеджмент в современной цифровой экономике	32	4	8	20
Модульная единица Брендинг и инновации	16	2	4	10
Модульная единица 3.2 Влияние цифровой экономики на бренд- менеджмент. Турбоэффект в бренд-менеджменте	16	2	4	10
Подготовка и сдача зачета				
ИТОГО	108	16	32	60

4.2. Содержание модулей дисциплины

МОДУЛЬ 1. Понятие брэнда и брэндинга

Модульная единица 1.1. Брэнд и его элементы

Атрибуты брэнда - свойства или характеристики товара, которые позволяют донести идею основных преимуществ (надежность, высококачественная сборка, очень мощный двигатель и т.д.). Выгоды. Различают функциональные и эмоционально-экспрессивные выгоды. Если главный атрибут - надежность, то функциональная выгода - возможность пользоваться товаром в течение определенного периода. Ценности. Считается, что атрибуты (1) и выгоды (2) легко копируются. Многолетний брэндинг позволяет сформировать присущую только данному брэнду ценность (иногда это можно прочесть в миссии производителя или фирменном девизе). Индивидуальность брэнда - тот элемент, который разрабатывается изначально и именно на нем строится фундамент брэнда.

Модульная единица 1.2. Процесс формирования стратегии управления активами брэнда

Процесс формирования стратегии управления активами брэнда состоит из следующих этапов: брэнд менеджмент стратегия; позиционирование брэнда; расширение брэнда; формирование коммуникаций; развитие каналов распределения; ценообразование брэнда.

МОДУЛЬ 2. Определение и сущность брэнд-менеджмента

Модульная единица 2.1. Понятие, особенности брэнд-менеджмента и его основные концепции

Товарный и корпоративный подходы к формированию брэнда. Управление портфелем брэндов. Варианты архитектуры брэндов.

Модульная единица 2.2 Практический брэнд-менеджмент. Вывод на рынок торговой марки. Основные тенденции бизнеса в условиях глобализации - слияние и поглощение. Появление новых измерений брэнда - модель «5 I»: идентичность (identity), информация (information), воображение (imagine), погружение (immerse), интрига (intrigue). Влияние электронной коммерции на брэнд-менеджмент.

МОДУЛЬ 3. Брэнд-менеджмент в современной цифровой экономике

Модульная единица 3.1. Брэндинг и инновации

Иерархия брэндов рассматривает возможные варианты позиции брэнда в корпоративной иерархии: корпоративный брэнд; ассортиментный брэнд; брэнд продуктовой линии; суббрэнд; брендируемые компоненты и сервисные программы.

Модульная единица 3.2. Влияние цифровой экономики на брэнд-менеджмент. Турбоэффект в брэнд-менеджменте

Области обычного брэндинга и брэндинга с турбоэффектом. Турбобрэндинг как важное понятие для развития отечественных высокотехнологичных отраслей (например, бурно развивающейся сейчас отрасли нанотехнологий). Инновации и их первичный импульс при выходе на рынок, турбобрэндинг как способ привлечения в отрасль значительных рыночных инвестиций (путем стимулирования интереса инвесторов к отдельным продуктам и научно-исследовательским центрам), ориентировать направление развития отрасли на реальные нужды потребителей и сыграть роль катализатора развития страны в целом

4.3. Лекционные занятия

Таблица 4

Содержание лекционного курса

№ п / п	№ модуля и модульной единицы дисциплины	№ и тема лекции	Вид контро льного мероприяти я	Кол- во часо в
1.	Модуль 1. Понятие брэнда и брэндинга			6
	Модульная единица 1.1. Брэнд и его элементы	Лекция № 1. Атрибуты брэнда - свойства или характеристики товара, которые позволяют донести идею основных преимуществ (надежность, высококачественная сборка, очень мощный двигатель и т.д.).	тестирование, коллоквиум	3
	Модульная единица 1.2. Процесс формирования стратегии управления активами брэнда	Лекция № 2. Процесс формирования стратегии управления активами брэнда	тестирование, коллоквиум	3
2.	Модуль 2 Определение и сущность брэнд-менеджмента			6
	Модульная единица 2.1. Понятие, особенности брэнд-менеджмента и его основные концепции	Лекция № 3. Понятие, особенности брэнд-менеджмента и его основные концепции	тестирование, коллоквиум	3
	Модульная единица 2.2 Практический брэнд-менеджмент. Вывод на рынок торговой марки	Лекция № 4. Практический брэнд-менеджмент. Вывод на рынок торговой марки	тестирование, коллоквиум	3
3.	Модуль 3 Брэнд-менеджмент в современной цифровой экономике			4
	Модульная единица 3.1 Брэндинг и инновации	Лекция № 5. Брэндинг и инновации	тестирование, коллоквиум	2
	Модульная единица 3.2. Влияние цифровой экономики на брэнд-менеджмент. Турбоэффект в брэнд-менеджменте	Лекция № 6. Влияние цифровой экономики на брэнд-менеджмент. Турбоэффект в брэнд-менеджменте	тестирование, коллоквиум	2
	ИТОГО		Зачет с оценкой	16

4.4. Практические занятия

Таблица 5

Содержание занятий и контрольных мероприятий

№ п/п	№ модуля и модульной единицы дисциплины	№ и название лабораторных/практических занятий с указанием контрольных мероприятий	Вид2 контрольного мероприятия	Кол-во часов
1.	Модуль 1. Понятие брэнда и брэндинга			12
	Модульная единица 1.1. Брэнд и его элементы	Занятие № 1. Брэнд и его элементы	Защита практического задания	6
	Модульная единица 1.2. . Процесс формирования стратегии управления активами брэнда	Занятие № 2. Процесс формирования стратегии управления активами брэнда	Защита практического задания	6
2.	Модуль 2 Определение и сущность брэнд-менеджмента			12
	Модульная единица 2.1 Понятие, особенности брэнд-менеджмента и его основные концепции	Занятие № 3. Понятие, особенности брэнд-менеджмента и его основные концепции	Защита практического задания	6
	Модульная единица 2.2 Практический брэнд-менеджмент. Вывод на рынок торговой марки	Занятие № 4. Практический брэнд-менеджмент. Вывод на рынок торговой марки	Защита практического задания	6
3.	Модуль 3 Брэнд-менеджмент в современной цифровой экономике			8
	Модульная единица 3.1 Брэндинг и инновации	Занятие № 5. Брэндинг и инновации	Защита практического задания	4
	Модульная единица 3.2 Влияние цифровой экономики на брэнд-менеджмент. Турбоэффект в брэнд-менеджменте	Занятие № 6. Влияние цифровой экономики на брэнд-менеджмент. Турбоэффект в брэнд-менеджменте	Защита практического задания	4
	ИТОГО		Зачет с оценкой	32

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

В процессе освоения дисциплины используются занятия лекционного типа (34 часа), практические занятия (50 часов). Самостоятельная работа (96 часов) проводится в форме самостоятельного изучения теоретического материала.

Контроль самостоятельной работы и подготовки к практическим занятиям осуществляется с помощью электронного обучающего курса <https://e.kgau.ru/course/view.php?id=7952>. Форма контроля: - зачет с оценкой, экзамен.

Обучающийся должен готовиться к практическим занятиям: самостоятельно изучать теоретический материал по темам занятия в соответствии с тематическим планом. При подготовке к занятию, обучающемуся следует обратиться к литературе научной библиотеки ФГБОУ ВО «Красноярский ГАУ». Подготовка к сдаче зачета, а также групповой работе на занятиях подразумевает самостоятельную работу обучающихся в течение всего семестра по материалам рекомендуемых источников (раздел учебно-методического и информационного обеспечения).

Формы организации самостоятельной работы студентов:

– организация и использование электронного курса дисциплины, размещенного на платформе LMS Moodle для СРС.

- работа над теоретическим материалом, прочитанным на лекциях;
- самостоятельное изучение отдельных разделов дисциплины;
- подготовка к практическим занятиям;
- подготовка к собеседованию / опросам;
- подготовка докладов;
- выполнение контрольных заданий при самостоятельном изучении дисциплины;
- самоконтроль по контрольным вопросам (тестам).

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

Таблица 6

№п/п	№ модуля и модульной единицы	Перечень рассматриваемых вопросов для самостоятельного изучения и видов самоподготовки к текущему контролю знаний	Кол-во часов
		Самостоятельное изучение разделов дисциплины	31
1.	Модуль 1. Понятие бренда и брендинга		10

² Вид мероприятия: защита, тестирование, коллоквиум, другое

№п/п	№ модуля и модульной единицы	Перечень рассматриваемых вопросов для самостоятельного изучения и видов самоподготовки к текущему контролю знаний	Кол-во часов
Самостоятельное изучение разделов дисциплины			31
	Модульная единица 1.1. Брэнд и его элементы	Основные элементы брэнда	5
	Модульная единица 1.2. Процесс формирования стратегии управления активами брэнда	Основные этапы формирования стратегии управления брэндами	5
2.	Модуль 2 Определение и сущность брэнд-менеджмента		10
	Модульная единица 2.1 Понятие, особенности брэнд-менеджмента и его основные концепции	Понятие, особенности брэнд-менеджмента и его основные концепции	5
	Модульная единица 2.2 Практический брэнд-менеджмент. Вывод на рынок торговой марки	Практический брэнд-менеджмент. Вывод на рынок торговой марки	5
3.	Модуль 3 Брэнд-менеджмент в современной цифровой экономике		11
	Модульная единица 3.1 Брэндинг и инновации	Брэндинг и инновации	5
	Модульная единица 3.2 Влияние цифровой экономики на брэнд-менеджмент. Турбоэффект в брэнд-менеджменте	Влияние цифровой экономики на брэнд-менеджмент. Турбоэффект в брэнд-менеджменте	6
Самоподготовка к текущему контролю знаний			20
- изучение теоретического материала, прочитанного на лекциях			10
- подготовка к практическим занятиям			10
ВСЕГО			60

5. Взаимосвязь видов учебных занятий

Таблица 7

Взаимосвязь компетенций с учебным материалом и контролем знаний студентов

Компетенции	Лекции	ПЗ	СРС	Другие виды	Вид контроля
ПК-4	1-9	1-10	1-10		Зачет с оценкой

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»)

Обучающимся должны быть доступны рабочие станции с установленным программным обеспечением, которое позволяет работать с текстами, профессиональными справочно-правовыми системами и иными электронными ресурсами (операционная система, текстовый редактор, интернет-браузер). Рекомендуются обеспечить обучающихся и преподавателей доступ к электронным ресурсам образовательного учреждения с домашних рабочих станций посредством сети Интернет, насколько это позволяют технические возможности и нормы гражданского права.

Рекомендуемые электронные библиотечные системы:

1. электронный каталог библиотеки образовательного учреждения;
2. полнотекстовые базы данных этой библиотеки;
3. электронная библиотека диссертаций РГБ;
4. электронная библиотека Издательского Дома "ИНФРА-М";

6.3 Программное обеспечение

1. Windows Russian Upgrade Академическая лицензия №44937729 от 15.12.2008 г.
2. Office 2007 Russian OpenLicensePack Академическая лицензия №44937729 от 15.12.2008 г.
3. Офисный пакет LibreOffice 6.2.1 - Бесплатно распространяемое ПО.
4. ABBYY Fine Reader 10 Corporate Edition, лицензия № FCRC 1100-1002-2465-8755-4238 от 22.02.2012 г;
5. Acrobat Professional Russian 8.0 Academic Edition Band R 1-999, лицензия образовательная № CE 0806966 27.06.2008 г.
6. Kaspersky Endpoint Security для бизнеса Стандартный Russian Edition. 1000-1499 Node 2 year Educational License, лицензия 17E0-171204-043145-330-825 с 12.04.2017 до 12.12.2019 г.
7. Kaspersky Endpoint Security для бизнеса Стандартный Russian Edition. 1000-1499 Node 2 year Educational License, лицензия 1800-191210-144044-563-2513 с 10.12.2019 г до 17.12.2021 г.
8. Справочная правовая система «Консультант+» - Договор сотрудничества №20175200206 от 01.06.2016 г.
9. Справочная правовая система «Гарант» - Учебная лицензия;
10. Программная система для обнаружения текстовых заимствований в учебных и научных работах - Лицензионный договор №158 от 03.04.2019 г «Антиплагиат ВУЗ».
11. Moodle 3.5.6a (система дистанционного образования) - Бесплатно распространяемое ПО;
12. Библиотечная система «Ирбис 64» (web версия) - Договор сотрудничества.
13. Яндекс (Браузер / Диск) - Бесплатно распространяемое ПО.

Таблица 8

Таблица 9

КАРТА ОБЕСПЕЧЕННОСТИ ЛИТЕРАТУРОЙ

Кафедра Менеджмент в АПК Направление подготовки (специальность) 38.04.02Менеджмент 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
Основная литература										
Лекции практика	Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики:	В. Л. Музыкант	Москва: Издательство Юрайт	2022		+			10	: https://urait.ru/bcode/490280
Лекции практика	. Бренддинг : учебник и практикум для вузов	Домнин, В. Н.	Москва: Издательство Юрайт	2022		+	+		10	https://urait.ru/bcode/489564
Дополнительная литература										
Лекции практика	. Бренд-менеджмент. Бренддинг и работа с персоналом : учебное пособие для вузов	Г. Л. Тульчинский, В. И. Терентьева.	Москва: Издательство Юрайт	2022		+			10	https://urait.ru/bcode/491979
Лекции практика	Бренд-менеджмент : учебник и практикум для вузов	Е. А. Пономарёва	Москва: Издательство Юрайт	2022		+			10	https://urait.ru/bcode/489174

Директор Научной библиотеки Зорина Р.А.

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

Виды текущего контроля: (коллоквиум, тестирование, защита практического задания); Промежуточный контроль – (зачет с оценкой);

Текущая аттестация студентов производится по дисциплине в следующих формах:

- тестирование;
- коллоквиум – беседа преподавателя и студентов по определенным вопросам, образующим дидактические единицы рассматриваемой темы.
- защита практического задания.

Рейтинг план

	Модули	Часы	Баллы
1	Модуль № 1	38	30
2	Модуль № 2	38	30
3	Модуль № 3	32	30
экзамен		36	10
Итого		144	60-100

Распределение баллов по модулям

№	Модули	Баллы по видам работ			Итого
		Тестирование	Коллоквиум	Защита практического задания	
1	Модуль № 1	10	10	10	30
2	Модуль № 2	10	10	10	30
3	Модуль № 3	10	10	10	30
экзамен					10
Итого		30	30	30	100

Собеседование на зачете при промежуточном контроле производится по вопросам, перечень которых представлен в настоящей рабочей программе.

Оценивание собеседования осуществляется по следующим критериям:

Оценка	Критерии оценки промежуточного контроля	Эквивалент в баллах
«отлично»	Высокий уровень (полное и глубокое изучение студентом круга вопросов, определенных тематическим планом дисциплины, с освоением всех планируемых компетенций)	10
«хорошо»	Продвинутый уровень (полное изучение студентом круга вопросов, определенных тематическим планом дисциплины, с освоением всех планируемых компетенций)	8

«удовлетворительно»	Пороговый уровень (изучение студентом круга вопросов, определенных тематическим планом дисциплины, с освоением всех планируемых компетенций)	5
«не удовлетворительно»	Недостаточное изучение студентом вопросов, определенных тематическим планом дисциплины, не освоение или неполное освоение компетенций	0

Студент, показавший достаточное изучение круга вопросов, определенных тематическим планом дисциплины, и освоивший все планируемые компетенции, получает максимальное количество баллов – 100.

Обучающийся, не сдавший зачёт, приходит на пересдачу в сроки в соответствии с графиком ликвидации академических задолженностей:

http://www.kgau.ru/new/news/news/2017/grafik_lz.pdf

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Аудитория интерактивного обучения – компьютерный класс. На лекциях применяются демонстрационные презентации в программе Power Point. На практических занятиях демонстрируется учебное видео. Учебные видеокейсы предназначены для наглядной демонстрации учебной конкретной ситуации. Записка для преподавателя дополняет учебную конкретную ситуацию методическими рекомендациями по проведению занятия. Раздаточные материалы предоставляют необходимую информацию для работы обучающихся над учебными задачами.

Учебная аудитория 4-26

для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации Рабочие места преподавателя и студентов, укомплектованные специализированной мебелью, и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории. Места для пользователей – 16 Для проведения занятий лекционного типа предлагаются наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, общая локальная компьютерная сеть Internet, комплект мультимедийного оборудования: ноутбук Acer Aspire 5, переносной экран на треноге Medium Professional, переносной проектор Epson EB. 2 спилит системы.

9. Методические рекомендации для обучающихся по освоению дисциплины

9.1. Методические указания по дисциплине для обучающихся

Рабочая программа предусматривает возможность обучения в рамках традиционной потоочно-групповой системы обучения. При потоочно-групповой системе обучения последовательность изучения учебно-образовательных модулей определяется его номером. При этом обучение рекомендуется в течение одного семестра: для магистров – во 2 семестре.

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

- изучения отдельных модулей в различные расширенные временные интервалы и различной последовательности
- выбора студентом преподавателя для освоения того или иного модуля;
- формирования студентом индивидуальных учебных планов.

Студенты перед началом изучения дисциплины должны быть ознакомлены с системами кредитных единиц и балльно-рейтинговой оценки.

При переходе студента в другой вуз полученные им кредиты и баллы по отдельным модулям зачитываются. Для этого студенту выдается справка о набранных кредитах и баллах, а при официальном запросе – программа освоенного модуля и копии оценочных листов по нему. Оценочные листы балльно-рейтингового контроля подписываются студентом и преподавателем.

Организация изучения курса «Организационное поведение и лидерство» предполагает:

а) для преподавателя:

- глубокое изучение методологических и практических аспектов тематики курса, поиск, переработка современных литературных источников;
- разработку методики изложения курса: систематизация, структурирование материала; подготовку методов и способов контроля знаний;
- постоянную корректировку структуры, содержания курса.

б) для студентов:

- посещение лекций, практических занятий обязательно;
- лекции – основное методическое руководство при изучении дисциплины, оптимальным образом структурированное и соответствующее современному уровню состояния вопроса;
- активная работа на практических занятиях с предварительной самостоятельной подготовкой на основе материала лекций, основной и дополнительной литературы

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 слуху:
 - 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.

Таблица 12

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

Категории студентов	Формы
С нарушение слуха	• в печатной форме; • в форме электронного документа;
С нарушением зрения	• в печатной форме увеличенных

	шрифтом; • в форме электронного документа; • в форме аудиофайла;
С нарушением опорно-двигательного аппарата	• в печатной форме; • в форме электронного документа; • в форме аудиофайла.

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 РПД

Дата	Раздел	Изменения	Комментарии

Программу разработали:

ФИО, ученая степень, ученое звание

Антамошкина О.И.
(подпись)

РЕЦЕНЗИЯ
на рабочую программу по дисциплине
«Брэнд-менеджмент»
по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент»

Представленная на рецензию рабочая программа оформлена с соблюдением предъявленных требований к оформлению рабочих программ. Наполнение материалом и содержательная сторона рабочей программы в полной мере соответствует заявленным областям профессиональной деятельности и профессиональным стандартам для подготовки обучающихся по направлению 38.04.02 "Менеджмент".

Дисциплина " Брэнд-менеджмент " является элементом учебного плана по подготовке обучающихся по направлению 38.04.02 "Менеджмент".

Предложенные в программе перечень тем лекций и их содержание позволяют получить необходимые теоретические знания в области управления репутацией организации с целью выработки соответствующих административно-управленческих решений.

Программа проведения практических занятий, предложенные в ней образовательные технологии, позволяют достичь заявленной цели, а также сформировать необходимые компетенции у обучающихся и подготовить их к изучению учебных курсов, опирающихся на дисциплину.

Предложенная в программе система контрольных процедур и средства их обеспечения позволяют оценить степень освоения обучающимся материала дисциплины и качество сформированных компетенций необходимых для дальнейшей профессиональной деятельности.

Анализ учебно-методического и информационного обеспечения, заявленного в рабочей программе, в полной мере способствует развитию и закреплению полученного материала в рамках контактной работы.

Считаю, что представленная на рецензию рабочая программа полностью удовлетворяет требованиям и может быть использована для подготовки обучающихся по дисциплине Брэнд-менеджмент по направлению 38.04.02 "Менеджмент".

Лобков Константин Юрьевич
канд.экон.наук, доцент,
директор института Инженерной экономики
ФГБОУ ВО «Сибирский государственный университет науки
и технологий имени академика М.Ф.Решетнева

