

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего
образования «Вятский государственный университет»
(ВятГУ)
г. Киров

Утверждаю
Директор/Декан Соболева О. Н.



Номер регистрации
РПД_3-38.03.02.04_2018_93375
Актуализировано: 25.03.2021

Рабочая программа дисциплины
Бренд-менеджмент

	наименование дисциплины
Квалификация выпускника	Бакалавр пр.
Направление подготовки	38.03.02 шифр
	Менеджмент МиС наименование
Направленность (профиль)	3-38.03.02.04 шифр
	Маркетинг наименование
Формы обучения	Очная наименование
Кафедра-разработчик	Кафедра менеджмента и маркетинга (ОРУ) наименование
Выпускающая кафедра	Кафедра менеджмента и маркетинга (ОРУ) наименование

Киров, 2018 г.

Сведения о разработчиках рабочей программы дисциплины

Катаева Наталья Николаевна

ФИО

Цели и задачи дисциплины

Цель дисциплины	Овладение обучающимися теоретико-методологическими основами и прикладными навыками выбора средств бренд-менеджмента в сфере предпринимательской деятельности и маркетинга
Задачи дисциплины	<ul style="list-style-type: none"> - сформировать у обучающихся знания о процессе формирования системы продвижения и бренд-менеджмента - сформировать навыки использования различных средств бренд-менеджмента и маркетинговых коммуникаций - сформировать у обучающихся навыки аналитической, коммуникационной деятельности в области бренд-менеджмента

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Компетенция ПК-3

владением навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности		
Знает	Умеет	Владеет
<p>основные направления планирования на стратегическом уровне управления корпоративный брендом; тактический уровень: система маркетинговых коммуникаций; определение и основные особенности корпоративных и товарных брендов; сущность индивидуальности бренда (название, логотип, легенда)</p>	<p>использовать инструменты стратегического и тактического уровней управления брендом; определять стоимость и значимые характеристики бренда - применять основные технологии бренд-менеджмента - использовать способы оценки коммуникаций бренда</p>	<p>инструментами стратегического и тактического уровней управления брендом - методами и способами оценки бренда - навыками управления капиталом бренда</p>

Компетенция ПК-7

владением навыками поэтапного контроля реализации бизнес-планов и условий заключаемых соглашений, договоров и контрактов, умением координировать деятельность исполнителей с помощью методического инструментария реализации управленческих решений в области функционального менеджмента для достижения высокой согласованности при выполнении конкретных проектов и работ		
Знает	Умеет	Владеет
<p>приемы координации предпринимательской деятельности в целях обеспечения согласованности выполнения программы бренд-менеджмента всеми участниками</p>	<p>координировать предпринимательскую деятельность в целях обеспечения согласованности выполнения программы бренд-менеджмента всеми участниками</p>	<p>навыками координации предпринимательской деятельности в целях обеспечения согласованности выполнения программы бренд-менеджмента всеми участниками</p>

Структура дисциплины
Тематический план

№ п/п	Наименование разделов дисциплины	Шифр формируемых компетенций
1	Теоретические основы бренд-менеджмента	ПК-3, ПК-7
2	Инструменты бренд-менеджмента	ПК-3, ПК-7
3	Оценка эффективности бренд-менеджмента	ПК-3, ПК-7
4	Подготовка и прохождение промежуточной аттестации	ПК-3, ПК-7

Формы промежуточной аттестации

Зачет	6 семестр (Очная форма обучения)
Экзамен	Не предусмотрен (Очная форма обучения)
Курсовая работа	Не предусмотрена (Очная форма обучения)
Курсовой проект	Не предусмотрена (Очная форма обучения)

Трудоемкость дисциплины

Форма обучения	Курсы	Семестры	Общий объем (трудоемкость)		Контактная работа, час	в том числе аудиторная контактная работа обучающихся с преподавателем, час				Самостоятельная работа, час	Курсовая работа (проект), семестр	Зачет, семестр	Экзамен, семестр
			Часов	ЗЕТ		Всего	Лекции	Семинарские, практические занятия	Лабораторные занятия				
Очная форма обучения	3	6	144	4	92.5	54	18	36	0	51.5		6	

Содержание дисциплины

Очная форма обучения

Код занятия	Наименование тем занятий	Трудоемкость, академических часов
Раздел 1 «Теоретические основы бренд-менеджмента»		32.00
Лекции		
Л1.1	Основные понятия и функции менеджмента	2.00
Л1.2	Теоретические основы бренд-менеджмента	2.00
Семинары, практические занятия		
П1.1	Элементы системы менеджмента предприятия	2.00
П1.2	Особенности бренд-менеджмента в России и за рубежом	2.00
П1.3	Эволюция рекламы и PR	2.00
Самостоятельная работа		
С1.1	Самостоятельная работа обучающихся	12.00
Контактная внеаудиторная работа		
КВР1.1	Контактная внеаудиторная работа	10.00
Раздел 2 «Инструменты бренд-менеджмента»		70.00
Лекции		
Л2.1	Реклама в системе бренд-менеджмента	2.00
Л2.2	Связи с общественностью в системе бренд-менеджмента	2.00
Л2.3	Управление корпоративным брендом на стратегическом уровне	2.00
Л2.4	Управление корпоративным брендом на тактическом уровне: система маркетинговых коммуникаций	2.00
Л2.5	Особенности корпоративных и товарных брендов	2.00
Семинары, практические занятия		
П2.1	Выбор эффективного средства рекламы	2.00
П2.2	Формы PR-обращений и виды PR-документов	2.00
П2.3	Виды корпоративных брендов	4.00
П2.4	Традиционные средства маркетинговых коммуникаций	2.00
П2.5	Синтетические средства маркетинговых коммуникаций	4.00
П2.6	Нестандартные средства маркетинговых коммуникаций	4.00
П2.7	Сущность индивидуальности бренда	2.00
П2.8	Разработка и регистрация бренда	2.00
Самостоятельная работа		
С2.1	Самостоятельная работа обучающихся	22.00
Контактная внеаудиторная работа		
КВР2.1	Контактная внеаудиторная работа	16.00
Раздел 3 «Оценка эффективности бренд-менеджмента»		38.00
Лекции		
Л3.1	Методы оценки стоимости бренда	2.00
Л3.2	Критерии оценки эффективности рекламной и PR-деятельности	2.00

Семинары, практические занятия		
ПЗ.1	Определение бюджета на маркетинговые коммуникации	4.00
ПЗ.2	Оценка эффективности использования маркетинговых коммуникаций	4.00
Самостоятельная работа		
СЗ.1	Самостоятельная работа обучающихся	14.00
Контактная внеаудиторная работа		
КВРЗ.1	Контактная внеаудиторная работа	12.00
Раздел 4 «Подготовка и прохождение промежуточной аттестации»		4.00
З4.1	Подготовка к сдаче зачета	3.50
КВР4.1	Сдача зачета	0.50
ИТОГО		144.00

Содержание дисциплины данной рабочей программы используется при обучении по индивидуальному учебному плану, при ускоренном обучении, при применении дистанционных образовательных технологий и электронном обучении (при наличии).

Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Успешное освоение дисциплины предполагает активное, творческое участие обучающегося на всех этапах ее освоения путем планомерной, повседневной работы. Обучающийся обязан посещать лекции, семинарские, практические и лабораторные занятия (при их наличии), получать консультации преподавателя и выполнять самостоятельную работу.

Изучение дисциплины следует начинать с проработки настоящей рабочей программы, методических указаний и разработок, указанных в программе, особое внимание уделить целям, задачам, структуре и содержанию дисциплины.

Главной задачей каждой лекции является раскрытие сущности темы и анализ ее основных положений. Тематика лекций определяется настоящей рабочей программой дисциплины.

Лекции – это систематическое устное изложение учебного материала. На них обучающийся получает основной объем информации по каждой конкретной теме. Лекции обычно носят проблемный характер и нацелены на освещение наиболее трудных и дискуссионных вопросов.

Предполагается, что обучающиеся приходят на лекции, предварительно проработав соответствующий учебный материал по источникам, рекомендованным программой. Часто обучающимся трудно разобраться с дискуссионными вопросами, дать однозначный ответ. Преподаватель, сравнивая различные точки зрения, излагает свой взгляд и нацеливает их на дальнейшие исследования и поиск научных решений. После лекции желательно вечером перечитать и закрепить полученную информацию, тогда эффективность ее усвоения значительно возрастает. При работе с конспектом лекции необходимо отметить материал, который вызывает затруднения для понимания, попытаться найти ответы на затруднительные вопросы, используя предлагаемую литературу. Если самостоятельно не удалось разобраться в материале, сформулируйте вопросы и обратитесь за помощью к преподавателю.

Целью семинарских занятий является проверка уровня понимания обучающимися вопросов, рассмотренных на лекциях и в учебной литературе.

Целью практических и лабораторных занятий является формирование у обучающихся умений и навыков применения теоретических знаний в реальной практике решения задач; восполнение пробелов в пройденной теоретической части курса.

Семинарские, практические и лабораторные занятия в равной мере направлены на совершенствование индивидуальных навыков решения теоретических и прикладных задач, выработку навыков интеллектуальной работы, а также ведения дискуссий. Для успешного участия в семинарских, практических и лабораторных занятиях обучающемуся следует тщательно подготовиться.

Основной формой подготовки обучающихся к практическим (лабораторным) занятиям является самостоятельная работа с учебно-методическими материалами, научной литературой, статистическими данными и т.п.

Изучив конкретную тему, обучающийся может определить, насколько хорошо он в ней разобрался. Если какие-то моменты остались непонятными, целесообразно составить список вопросов и на занятии задать их преподавателю. Практические (лабораторные) занятия предоставляют обучающемуся возможность творчески раскрыться, проявить инициативу и развить навыки публичного ведения дискуссий и общения.

Самостоятельная работа обучающихся включает в себя выполнение различного рода заданий (изучение учебной и научной литературы, материалов лекций, систематизацию прочитанного материала, подготовку контрольной работы, решение

задач, подготовка докладов, написание рефератов, публикация тезисов, научных статей, подготовка и защита курсовой работы / проекта и другие), которые ориентированы на глубокое усвоение материала изучаемой дисциплины.

Обучающимся рекомендуется систематически отводить время для повторения пройденного материала, проверяя свои знания, умения и навыки.

Внутренняя система оценки качества освоения дисциплины включает входной контроль уровня подготовленности обучающихся, текущий контроль успеваемости, промежуточную аттестацию, направленную на оценивание промежуточных и окончательных результатов обучения по дисциплине (в том числе результатов курсового проектирования (выполнения курсовых работ) при наличии).

При проведении промежуточной аттестации обучающегося учитываются результаты текущего контроля, проводимого в течение освоения дисциплины.

Процедура оценивания результатов освоения дисциплины осуществляется на основе действующих локальных нормативных актов ФГБОУ ВО «Вятский государственный университет», с которыми обучающиеся знакомятся на официальном сайте университета www.vyatsu.ru.

Учебно-методическое обеспечение дисциплины, в том числе учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающегося по дисциплине

Учебная литература (основная)

1) Грошев, И. В. Системный бренд-менеджмент : учебник / И.В. Грошев. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 655 с. - ISBN 978-5-238-02203-1 : Б. ц. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=117920/> (дата обращения: 24.03.2020). - Режим доступа: ЭБС Университетская библиотека ONLINE. - Текст : электронный.

2) Формирование бренда предприятия : учебное пособие / О.В. Бондарская, Т.А. Бондарская, Р.Г. Гучетль, Л.Г. Попова. - Тамбов : Издательство ФГБОУ ВПО «ТГТУ», 2017. - 214 с. : ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-8265-1704-8 : Б. ц. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=499002/> (дата обращения: 24.03.2020). - Режим доступа: ЭБС Университетская библиотека ONLINE. - Текст : электронный.

3) Чумиков, А. Н. Реклама и связи с общественностью: Имидж, репутация, бренд : учебное пособие для студентов вузов / А. Н. Чумиков. - 2-е. - [Б. м.] : Аспект Пресс, 2016. - 159 с. - ISBN 978-5-7567-0819-6 : Б. ц. - URL: <https://e.lanbook.com/book/97267> (дата обращения: 15.05.2020). - Режим доступа: ЭБС Лань. - Текст : электронный.

4) Чумиков, Александр Николаевич. Реклама и связи с общественностью. Имидж, репутация, бренд : учеб. пособие для студ. вузов, обучающихся по направлению подготовки (специальности) "Реклама и связи с общественностью" / А. Н. Чумиков. - М. : Аспект Пресс, 2012. - 159 с. : ил. - (Учебник нового поколения) (Для бакалавров). - Библиогр.: с. 159. - ISBN 978-5-7567-0656-7 : 200.00 р. - Текст : непосредственный.

Учебная литература (дополнительная)

1) Макашев, М. О. Бренд : учебное пособие / М.О. Макашев. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 207 с. - ISBN 5-238-00635-7 : Б. ц. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114390/> (дата обращения: 24.03.2020). - Режим доступа: ЭБС Университетская библиотека ONLINE. - Текст : электронный.

2) Шестакова, Е. В. Формирование модели HR-бренда предприятия в системе управления человеческими ресурсами : монография / Е.В. Шестакова, М.В. Хомидова. - Москва : Креативная экономика, 2020. - 162 с. : ил. - Библиогр.: с. 144 - 151. - ISBN 978-5-91292-327-2 : Б. ц. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=599742/> (дата обращения: 24.03.2020). - Режим доступа: ЭБС Университетская библиотека ONLINE. - Текст : электронный.

3) Музыкант, В. Л. Эффективный копирайтинг в системе бренд-коммуникаций (онлайн и офлайн среда) : монография / В.Л. Музыкант, Д.С. Скнарев. - Москва|Берлин : Директ-Медиа, 2019. - 270 с. : ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-4475-9709-2 : Б. ц. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495064/> (дата обращения: 24.03.2020). - Режим доступа: ЭБС Университетская библиотека ONLINE. - Текст : электронный.

4) МакДональд, М. Брендинг. Как создать мощный бренд : учебник / М. МакДональд, Л. Чернатони. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 559 с. - (Зарубежный учебник). - ISBN 5-238-00894-5 : Б. ц. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=436697/> (дата обращения: 24.03.2020). - Режим доступа: ЭБС Университетская библиотека ONLINE. - Текст : электронный.

5) Рудая, Елена Анатольевна. Основы бренд-менеджмент : учеб. пособие / Е. А. Рудая. - М. : Аспект Пресс, 2006. - 256 с. - Библиогр.: с. 249-253. - ISBN 5-7567-0405-1 : 166.50 р., 214.78 р. - Текст : непосредственный.

Учебно-методические издания

1) Юхнева, Нина Андреевна. Управление брендами : учеб.-метод. пособие для студентов направления 38.04.06 всех профилей, всех форм обучения / Н. А. Юхнева, Е. А. Юхнева ; ВятГУ, ФЭМ, каф.СТД. - Киров : ВятГУ, 2014. - 20 с. - Библиогр.: с. 16-18. - Б. ц. - Текст : непосредственный.

2) Катаева, Наталья Николаевна. Маркетинговые коммуникации : учеб.-метод. пособие для студентов направлений подготовки 38.03.02 "Менеджмент" / Н. Н. Катаева, О. В. Фокина ; ВятГУ, ИЭМ, ФМиС, каф. МиМ. - Киров : ВятГУ, 2018. - 60 с. - Б. ц. - URL: <https://lib.vyatsu.ru> (дата обращения: 25.10.2017). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - Текст : электронный.

Периодические издания

1) PR в России : междунар. проф. журн.. - М. : [б. и.], 1998 - . - Выходит ежемесячно. - ISSN XXXX-XXXX. - Текст : непосредственный.

2) Практический маркетинг : инф. для маркетинг. решений. - М. : ООО "Агенство VCI Marketing", 1997 - . - Выходит ежемесячно. - ISSN 2071-3762. - Текст : непосредственный.

3) Российский журнал менеджмента . - СПб. : Санкт-Петербургский государственный университет. Высшая школа менеджмента. - Выходит ежеквартально. - ISSN 1729-7427. - Текст : непосредственный.

Учебно-наглядное пособие

1) Ганебных, Елена Викторовна. Теория менеджмента : учебное наглядное пособие для обучающихся направления подготовки 38.03.02 "Менеджмент", всех

профилей и всех форм обучения / Е. В. Ганебных ; ВятГУ, ИЭМ, ФМиС, каф. МиМ. - Киров : ВятГУ, 2021. - 33 с. - Б. ц. - Текст . Изображение : электронное.

2) Гордин, Андрей Андреевич. Менеджмент : учебно-наглядное пособие для обучающихся всех направлений подготовки всех форм обучения / А. А. Гордин, А. А. Грабар ; ВятГУ, ИЭМ, ФМиС, каф. МиМ. - Киров : ВятГУ, 2021. - 13 с. - Б. ц. - Текст . Изображение : электронное.

Электронные образовательные ресурсы

1) Портал дистанционного обучения ВятГУ [электронный ресурс] / - Режим доступа: <http://mooc.do-kirov.ru/>

2) Раздел официального сайта ВятГУ, содержащий описание образовательной программы [электронный ресурс] / - Режим доступа: https://www.vyatsu.ru/php/programms/eduPrograms.php?Program_ID=3-38.03.02.04

3) Личный кабинет студента на официальном сайте ВятГУ [электронный ресурс] / - Режим доступа: <https://new.vyatsu.ru/account/>

4) Единое окно доступа к образовательным ресурсам <http://window.edu.ru/>

Электронные библиотечные системы (ЭБС)

- ЭБС «Научная электронная библиотека eLIBRARY» (<http://elibrary.ru/defaultx.asp>)
- ЭБС «Издательства Лань» (<http://e.lanbook.com/>)
- ЭБС «Университетская библиотека online» (www.biblioclub.ru)
- Внутренняя электронно-библиотечная система ВятГУ (<http://lib.vyatsu.ru/>)
- ЭБС «ЮРАЙТ» (<https://urait.ru>)

Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

- ГАРАНТ
- КонсультантПлюс
- Техэксперт: Нормы, правила, стандарты
- Роспатент (<https://www1.fips.ru/elektronnye-servisy/informatsionno-poiskovaya-sistema>)
- Web of Science® (<http://webofscience.com>)

Материально-техническое обеспечение дисциплины

Демонстрационное оборудование

Перечень используемого оборудования
Интерактивная доска Smart Board SB 480-H2
НОУТБУК Acer Aspire 5920G
Проектор Smart V25 к интерактивной доске

Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, в том числе лицензионное и свободно распространяемое ПО (включая ПО отечественного производства)

№ п.п	Наименование ПО	Краткая характеристика назначения ПО
1	Программная система с модулями для обнаружения текстовых заимствований в учебных и научных работах «Антиплагиат.ВУЗ»	Программный комплекс для проверки текстов на предмет заимствования из Интернет-источников, в коллекции диссертация и авторефератов Российской государственной библиотеки (РГБ) и коллекции нормативно-правовой документации LEXPRO
2	Microsoft Office 365 ProPlusEdu ALNG SubsVL MVL AddOn toOPP	Набор веб-сервисов, предоставляющий доступ к различным программам и услугам на основе платформы Microsoft Office, электронной почте бизнес-класса, функционалу для общения и управления документами
3	Office Professional Plus 2016	Пакет приложений для работы с различными типами документов: текстами, электронными таблицами, базами данных, презентациями
4	Windows Professional	Операционная система
5	Kaspersky Endpoint Security для бизнеса	Антивирусное программное обеспечение
6	Справочная правовая система «Консультант Плюс»	Справочно-правовая система по законодательству Российской Федерации
7	Электронный периодический справочник ГАРАНТ Аналитик	Справочно-правовая система по законодательству Российской Федерации
8	Security Essentials (Защитник Windows)	Защита в режиме реального времени от шпионского программного обеспечения, вирусов.
9	МойОфис Стандартный	Набор приложений для работы с документами, почтой, календарями и контактами на компьютерах и веб браузерах

Обновленный список программного обеспечения данной рабочей программы находится по адресу:
https://www.vyatsu.ru/php/list_it/index.php?op_id=93375