

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

Утверждаю  
Директор/Декан Игошина Ю. В.



Номер регистрации  
РПД\_3-42.03.01.03\_2018\_85268  
Актуализировано: 03.05.2021

**Рабочая программа дисциплины**  
**Бренд-менеджмент**

наименование дисциплины	
Квалификация выпускника	Бакалавр
Направление подготовки	42.03.01 шифр
	Реклама и связи с общественностью наименование
Направленность (профиль)	3-42.03.01.03 шифр
	Интегрированные коммуникации наименование
Формы обучения	Заочная, Очная наименование
Кафедра-разработчик	Кафедра журналистики и интегрированных коммуникаций (ОРУ) наименование
Выпускающая кафедра	Кафедра журналистики и интегрированных коммуникаций (ОРУ) наименование

## Сведения о разработчиках рабочей программы дисциплины

Игошина Юлия Викторовна

---

ФИО

Галашева Ульяна Андреевна

---

ФИО

## Цели и задачи дисциплины

Цель дисциплины	Формирование и развитие знаний и навыков в области брендинга, выработка у обучающихся профессионального видения технологий создания и управления брендами.
Задачи дисциплины	<ul style="list-style-type: none"> <li>- изучить теорию и инструменты брендинга</li> <li>- определить место бренд-менеджмента в системе интегрированных коммуникаций</li> <li>- сформировать навыки работы по построению брендов</li> <li>- сформировать навыки проводить исследования по оценке бренда (восприятие, ценность, атрибуты и т.п.), формировать систему сбора и анализа внутренних и внешних данных для оценки бренда</li> </ul>

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

#### Компетенция ПК-1

Способен принимать участие в работе рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью		
Знает	Умеет	Владеет
основы рекламной деятельности	осуществлять оперативное планирование рекламной работы, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок	способностью прогнозировать и оценивать эффективность рекламной деятельности

#### Компетенция УК-3

Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде		
Знает	Умеет	Владеет
принципы и характеристики социального взаимодействия	взаимодействовать в коллективе и команде, высказывать мнение по профессиональным вопросам	навыками работы в коллективе, навыками участия в дискуссиях

**Структура дисциплины**  
**Тематический план**

№ п/п	Наименование разделов дисциплины	Шифр формируемых компетенций
1	Современные концепции брендинга и бренд-менеджмента	УК-3
2	Актуальные технологии бренд-менеджмента	ПК-1
3	Подготовка и прохождение промежуточной аттестации	ПК-1, УК-3

**Формы промежуточной аттестации**

Зачет	Не предусмотрен (Очная форма обучения) Не предусмотрен (Заочная форма обучения)
Экзамен	6 семестр (Очная форма обучения) 5 семестр (Заочная форма обучения)
Курсовая работа	Не предусмотрена (Очная форма обучения) Не предусмотрена (Заочная форма обучения)
Курсовой проект	Не предусмотрена (Очная форма обучения) Не предусмотрена (Заочная 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	84	56	14	42	0	60			6
Заочная форма обучения	3	5	144	4	16.5	14	4	10	0	127.5			5

## Содержание дисциплины

### Очная форма обучения

Код занятия	Наименование тем занятий	Трудоемкость, академических часов
<b>Раздел 1 «Современные концепции брендинга и бренд-менеджмента»</b>		<b>56.00</b>
<b>Лекции</b>		
Л1.1	Характеристики брендинга и бренд-менеджмента, основные цели и задачи	2.00
Л1.2	Виды, типы и объекты брендов	2.00
Л1.3	Правовые аспекты брендинга. Бренд, торговая марка, товарный знак	2.00
<b>Семинары, практические занятия</b>		
П1.1	Характеристики брендинга и бренд-менеджмента, основные цели и задачи	6.00
П1.2	Виды, типы и объекты брендов	6.00
П1.3	Правовые аспекты брендинга. Бренд, торговая марка, товарный знак	6.00
<b>Самостоятельная работа</b>		
С1.1	Характеристики брендинга и бренд-менеджмента, основные цели и задачи	6.00
С1.2	Виды, типы и объекты брендов	6.00
С1.3	Правовые аспекты брендинга. Бренд, торговая марка, товарный знак	6.00
<b>Контактная внеаудиторная работа</b>		
КВР1.1	Контактная внеаудиторная работа	14.00
<b>Раздел 2 «Актуальные технологии бренд-менеджмента»</b>		<b>61.00</b>
<b>Лекции</b>		
Л2.1	Концепции и стратегии управления брендами	2.00
Л2.2	Портфель бренда и архитектура бренда	2.00
Л2.3	Оценка стоимости бренда	4.00
<b>Семинары, практические занятия</b>		
П2.1	Концепции и стратегии управления брендами	6.00
П2.2	Портфель бренда и архитектура бренда	6.00
П2.3	Оценка стоимости бренда	6.00
П2.4	Кейсы успешного бренд-билдинга	6.00
<b>Самостоятельная работа</b>		
С2.1	Концепции и стратегии управления брендами	6.00
С2.2	Портфель бренда и архитектура бренда	5.50
С2.3	Оценка стоимости бренда	6.00
<b>Контактная внеаудиторная работа</b>		
КВР2.1	Контактная внеаудиторная работа	11.50
<b>Раздел 3 «Подготовка и прохождение промежуточной аттестации»</b>		<b>27.00</b>
ЭЗ.1	Подготовка к сдаче экзамена	24.50
КВР3.1	Консультация перед экзаменом	2.00

КВР3.2	Сдача экзамена	0.50
<b>ИТОГО</b>		<b>144.00</b>

### Заочная форма обучения

Код занятия	Наименование тем занятий	Трудоемкость, академических часов
<b>Раздел 1 «Современные концепции брендинга и бренд-менеджмента»</b>		<b>64.00</b>
<b>Лекции</b>		
Л1.1	Характеристики брендинга и бренд-менеджмента, основные цели и задачи	1.00
Л1.2	Виды, типы и объекты брендов	1.00
Л1.3	Правовые аспекты брендинга. Бренд, торговая марка, товарный знак	
<b>Семинары, практические занятия</b>		
П1.1	Характеристики брендинга и бренд-менеджмента, основные цели и задачи	1.00
П1.2	Виды, типы и объекты брендов	1.00
П1.3	Правовые аспекты брендинга. Бренд, торговая марка, товарный знак	2.00
<b>Самостоятельная работа</b>		
С1.1	Характеристики брендинга и бренд-менеджмента, основные цели и задачи	19.00
С1.2	Виды, типы и объекты брендов	20.00
С1.3	Правовые аспекты брендинга. Бренд, торговая марка, товарный знак	19.00
<b>Контактная внеаудиторная работа</b>		
КВР1.1	Контактная внеаудиторная работа	
<b>Раздел 2 «Актуальные технологии бренд-менеджмента»</b>		<b>71.00</b>
<b>Лекции</b>		
Л2.1	Концепции и стратегии управления брендами	1.00
Л2.2	Портфель бренда и архитектура бренда	1.00
Л2.3	Оценка стоимости бренда	
<b>Семинары, практические занятия</b>		
П2.1	Концепции и стратегии управления брендами	1.00
П2.2	Портфель бренда и архитектура бренда	1.00
П2.3	Оценка стоимости бренда	2.00
П2.4	Кейсы успешного бренд-билдинга	2.00
<b>Самостоятельная работа</b>		
С2.1	Концепции и стратегии управления брендами	20.00
С2.2	Портфель бренда и архитектура бренда	20.00
С2.3	Оценка стоимости бренда	23.00
<b>Контактная внеаудиторная работа</b>		
КВР2.1	Контактная внеаудиторная работа	
<b>Раздел 3 «Подготовка и прохождение промежуточной аттестации»</b>		<b>9.00</b>

ЭЗ.1	Подготовка к сдаче экзамена	6.50
КВРЗ.1	Консультация перед экзаменом	2.00
КВРЗ.2	Сдача экзамена	0.50
<b>ИТОГО</b>		<b>144.00</b>

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](http://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) 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: 03.03.2021). - Режим доступа: ЭБС Университетская библиотека ONLINE. - Текст : электронный.

4) Кузьмин, А. В. Позиционирование торговых брендов средствами рекламы, роль имиджевой и информационной рекламы / А.В. Кузьмин. - Москва : Лаборатория книги, 2012. - 100 с. - ISBN 978-5-504-00298-9 : Б. ц. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=140464/> (дата обращения: 03.03.2021). - Режим доступа: ЭБС Университетская библиотека ONLINE. - Текст : электронный.

### **Учебная литература (дополнительная)**

1) Бруковская, Ольга. Как построить HR-БРЕНД вашей компании : 53 способа повысить привлекательность компании-работодателя / О. Бруковская, Н. Осовицкая. - Москва [и др.] : Питер, 2010. - 284 с. - (Премия HR-бренд) (Библиотека группы компаний HeadHunter). - Библиогр.: с. 283-284. - ISBN 978-5-49807-712-3 : 155.98 р. - Текст : непосредственный.

3) Музыкант, В. Л. Эффективный копирайтинг в системе бренд-коммуникаций (онлайн и офлайн среда) : монография / В.Л. Музыкант, Д.С. Скарнев. - 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.

2) Захарова, И. А. Практика управления бренд-активом в организациях : монография / И.А. Захарова. - Москва : Креативная экономика, 2018. - 160 с. :

табл., граф., схем. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-91292-225-1 : Б. ц. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=499155/> (дата обращения: 24.03.2020). - Режим доступа: ЭБС Университетская библиотека ONLINE. - Текст : электронный.

4) Афанасьев, Г. С. Event-мероприятия как инструмент продвижения товарных брендов и услуг / Г.С. Афанасьев. - Москва : Лаборатория книги, 2012. - 108 с. - ISBN 978-5-504-00802-8 : Б. ц. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=139178/> (дата обращения: 03.03.2021). - Режим доступа: ЭБС Университетская библиотека ONLINE. - Текст : электронный.

5) Зачнойко, В. В. Механизм распознавания бренда потребителем / В.В. Зачнойко. - Москва : Лаборатория книги, 2012. - 98 с. - ISBN 978-5-504-00141-8 : Б. ц. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=141448/> (дата обращения: 03.03.2021). - Режим доступа: ЭБС Университетская библиотека ONLINE. - Текст : электронный.

#### **Учебно-методические издания**

1) Катаргина, Наталья Александровна. Бренд-менеджмент : видеолекция: дисциплина "Бренд-менеджмент" / Н. А. Катаргина ; ВятГУ. - Киров : ВятГУ, [2015]. - + 1 on-line. - Загл с экрана. - Б. ц. - URL: <https://online.vyatsu.ru/content/brendmenedzhment> (дата обращения: 19.11.2015). - Режим доступа: Видеолекция ВятГУ. - Изображение : видео.

2) Стародумов, Артур Анатольевич. Управление брендами. Создание архитектуры брендов : видеолекция: дисциплина "Основы брендинга" / А. А. Стародумов ; ВятГУ. - Киров : ВятГУ, [2015]. - + 1 on-line. - Загл с экрана. - Б. ц. - URL: <https://online.vyatsu.ru/content/upravlenie-brendami-sozdanie-arkhitektury-brendov> (дата обращения: 19.11.2015). - Режим доступа: Видеолекция ВятГУ. - Изображение : видео.

#### **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=3-42.03.01.03](https://www.vyatsu.ru/php/programms/eduPrograms.php?Program_ID=3-42.03.01.03)

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](http://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
Ноутбук Aser Aspire v5-5726i
ПРОЕКТОР CASIO XJ-F210WN

**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=85268](https://www.vyatsu.ru/php/list_it/index.php?op_id=85268)