

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:

ФИО: Худин Александр Николаевич

Должность: Ректор

Дата подписания: 26.01.2021 15:02:27

Уникальный программный ключ:

08303ad8de1c60b987361de7085ac509ac1da1454155621a10ee37e73a19

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

"Курский государственный университет"

Кафедра менеджмента, маркетинга и управления персоналом

УТВЕРЖДЕНО

протокол заседания

Ученого совета от 24.04.2017 г., №10

Рабочая программа дисциплины

Брендинг

Направление подготовки: 38.03.02 Менеджмент

Профиль подготовки: Маркетинговая деятельность

Квалификация: бакалавр

Факультет экономики и менеджмента

Форма обучения: очная

Общая трудоемкость 3 ЗЕТ

Виды контроля в семестрах:

зачет(ы) 7

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	7 (4.1)		Итого	
	Неделя			
Вид занятий	уп	рп	уп	рп
Лекции	18	18	18	18
Практические	36	36	36	36
В том числе инт.	12	12	12	12
Итого ауд.	54	54	54	54
Контактная работа	54	54	54	54
Сам. работа	54	54	54	54
Итого	108	108	108	108

Рабочая программа дисциплины Брендинг / сост. к.э.н., доцент Афанасьева Л.А.; Курск. гос. ун-т. - Курск, 2017. - с.

Рабочая программа составлена в соответствии со стандартом, утвержденным приказом Минобрнауки России от 12 января 2016 г. № 7 "Об утверждении ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (уровень бакалавриата)" (Зарегистрировано в Минюсте России 09 февраля 2016 г. № 41028)

Рабочая программа дисциплины "Брендинг" предназначена для методического обеспечения дисциплины основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент профиль Маркетинговая деятельность

Составитель(и):

к.э.н., доцент Афанасьева Л.А.

© Курский государственный университет, 2017

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	Изучение принципов и технологий формирования брендов, понимание роли и предназначения брендов в коммерческой и некоммерческой деятельности в системе менеджмента.
1.2	Задачи освоения дисциплины:
1.3	- углубление теоретических знаний в области брендинга;
1.4	- приобретение концептуальных и методологических знаний о создании сильных брендов;
1.5	- усвоение навыков аналитической, креативной и инновационной деятельности при проектировании, продвижении и капитализации брендов;
1.6	- управление брендингом в коммерческой и некоммерческой сфере;
1.7	- знакомство с новыми технологиями брендинга и практической деятельностью бренд-менеджера;
1.8	- формирование у магистров ответственного и творческого отношения к научно-исследовательской деятельности.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Цикл (раздел) ООП:	Б1.В.ДВ.10
--------------------	------------

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**ОК-1: способностью использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции****Знать:**

теоретические основы формирования брендинга в системе маркетинга

Уметь:

анализировать теоретический массив

Владеть:

навыками синтеза информации

ОПК-7: способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности**Знать:**

сущность брендинга

Уметь:

применять творческий потенциал для реализации профессиональных задач

Владеть:

навыками исследования истории маркетинга и брендинга

ПК-15: умением проводить анализ рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений, в том числе при принятии решений об инвестировании и финансировании**Знать:**

сущность и классификацию рыночных рисков в маркетинговой деятельности

методы анализа и особенности рисков в сфере брендинга

методы управления рыночными и специфическими рисками в сфере брендинга

Уметь:

проводить анализ управленческой ситуации

анализировать и оценивать риски, связанные с финансированием брендинга
анализировать и управлять рисками в брендинге
Владеть:
методами анализа информации
навыками анализа и оценки рисков в управленческой деятельности
навыками управления рисками в процессе брендинга

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятий	Семестр / Курс	Часов	Интеракт.
	Раздел 1. 1. Теоретические аспекты становления бренд-менеджмента	Раздел			
1.1	1.Роль брендинга в системе менеджмента	Лек	7	4	2
1.2	1.Роль брендинга в системе менеджмента	Пр	7	4	2
1.3	1.Принципы и модели марочных коммуникаций и технологии используемые в маркетинговых войнах.	Ср	7	10	0
1.4	1.2. Концепция и стратегия управления брендом	Лек	7	4	2
1.5	1.2. Концепция и стратегия управления брендом	Пр	7	4	2
1.6	1.3. Интегрированный бренд-динг	Лек	7	4	0
1.7	1.3. Интегрированный брендинг	Пр	7	4	0
1.8	Практический бренд-менеджмент. Вывод на рынок торговой марки. Корпоративная и организационная культура	Ср	7	10	0
	Раздел 2. 2. Технологии брендинга в системе менеджмента	Раздел			
2.1	2.1. Технологии брендинга	Лек	7	2	0
2.2	2.1. Технологии брендинга	Пр	7	8	0
2.3	Лояльность бренду, потребительское поведение. Маркетинг событий – технология брендинга	Ср	7	10	0
2.4	2.2. Методы определения рыночной стоимости бренда	Лек	7	2	0
2.5	2.2. Методы определения рыночной стоимости бренда	Пр	7	8	0
2.6	Бренд-ориентированный маркетинг	Ср	7	8	0
2.7	2.3. Правовые основы брендинга	Лек	7	2	2
2.8	2.3. Правовые основы брендинга	Пр	7	8	2
2.9	6. Правовые основы брендинга	Ср	7	10	0
2.10	5. Методы определения рыночной стоимости бренда	Ср	7	6	0

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

5.1. Контрольные вопросы и задания для текущей аттестации

Оценочные материалы для текущей и промежуточной аттестации являются приложениями к РПД, рассмотрены и одобрены на заседании кафедры маркетинга и управления персоналом (протокол № 9 от 28.02.2017г.)

5.2. Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации

Оценочные материалы для текущей и промежуточной аттестации являются приложениями к РПД, рассмотрены и одобрены на заседании кафедры маркетинга и управления персоналом (протокол № 9 от 28.02.2017г.)

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

6.1. Рекомендуемая литература

6.1.1. Основная литература			
	Заглавие	Эл. адрес	Кол-
Л1.1	Годин А. М. - Брендинг: Учебное пособие - Москва: Дашков и К, 2013.	http://www.iprbookshop.ru/24775	1
6.1.2. Дополнительная литература			
	Заглавие	Эл. адрес	Кол-
Л2.1	Рожков И. Я. - Брендинг: Учебник для бакалавров - М.: Издательство Юрайт, 2017.	http://www.biblio-online.ru/book/08909563-E7FE-4EFE-AEE4-0B3C2D3584A5	1
Л2.2	Карпова С. В. - Брендинг: Учебник и практикум - М.: Издательство Юрайт, 2017.	http://www.biblio-online.ru/book/B17812C5-330C-46D5-8080-1365528DED64	1
Л2.3	Чернышева А. М. - Брендинг: Учебник для бакалавров - М.: Издательство Юрайт, 2017.	http://www.biblio-online.ru/book/307E6F8E-239D-4451-822B-93A4B9792864	1
6.3.1 Перечень программного обеспечения			
7.3.1.1	Microsoft Windows XP Professional Open License: 47818817;		
7.3.1.2	Microsoft Office 2003 Suites Open License:41902857		
7.3.1.3	Google Chrome Свободная лицензия BSD;		
7.3.1.4	7-Zip Свободная лицензия GNU LGPL;		
7.3.1.5	Adobe Acrobat Reader DC Бесплатное программное обеспечение.		
6.3.2 Перечень информационных справочных систем			
7.3.2.1	СС "Консультант Плюс".		

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
7.1	Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий практического типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, 305000, Курская область, г. Курск, ул. Радищева, д. №29, 518. Стол ученический двухместный – 34 шт. Стул ученический – 70 шт. Трибуна – 1 шт. Трибуна настольная – 1 шт. Доска аудиторная – 1 шт. Жалюзи вертикальные (тканевые) Кристалл №9 персик 5 этаж каб. №518 – 2 шт. Переносной мультимедийный проектор Optoma DX 211 DLP. 2500Lm.XGA.3500: 1, Мобильный ПК EMACHINES E510 – 1 шт.
7.2	Аудитория для самостоятельной работы, 305000, Курская область, г. Курск, ул. Радищева, д. №29, 303. Столов – 55. Посадочных мест – 55. Моноблок (ASUS ET2220I) – 28 шт.
7.3	
7.4	
7.5	

8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
<p>Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций</p> <p>Для текущего контроля знаний в течение учебного семестра предполагается проведение контрольных точек, включающих тестирование по пройденным темам и выполнение практических заданий по пройденному материалу. Применение контрольных точек в качестве формы текущего контроля знаний студентов способствует систематизированию изучаемого материала и формированию у студентов к моменту итогового контроля целостного комплекса теоретических знаний и практических навыков.</p> <p>Итоговая форма - зачет.</p> <p>Итоговая оценка знаний студентов производится по следующим критериям:</p> <p>Оценка знаний студентов производится по следующим критериям:</p> <ul style="list-style-type: none"> - оценка «зачтено» выставляется студенту, если он отвечает на все вопросы по существу, дает четкие, полные, ясные ответы. - оценка «не зачет» выставляется студенту, если он отвечает на все вопросы, но дает не полные ответы.