

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Кузбасский гуманитарно-педагогический институт
федерального государственного бюджетного образовательного
учреждения высшего образования
«Кемеровский государственный университет»

Факультет информатики, математики и экономики

УТВЕРЖДАЮ
Декан факультета информатики,
математики и экономики
Фомина А. В.
16 января 2025 г.

Рабочая программа дисциплины

К.М.07.ДВ.02.02 «Бренд-менеджмент»

Направление подготовки

44.03.04 Профессиональное обучение (по отраслям)

Направленность (профиль)
Экономика и управление

Программа бакалавриата

Квалификация выпускника
бакалавр

Форма обучения
очная

Год набора 2025

Новокузнецк 2025

Лист внесения изменений

в РПД К.М.07.ДВ.02.02 Бренд-менеджмент

Сведения об утверждении:

утверждена Ученым советом факультета информатики, математики и экономики
(протокол Ученого совета факультета № 6 от 16 января 2025 г.)

для ОПОП 2025 года набора на 2025/2026 учебный год

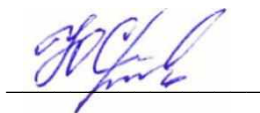
по направлению подготовки 44.03.04 Профессиональное обучение (по отраслям)

направленность (профиль) программы Экономика и управление

Одобрена на заседании методической комиссии факультета информатики, математики и экономики
(протокол методической комиссии факультета № 4 от 16 января 2025 г.)

Одобрена на заседании обеспечивающей кафедры экономики и управления

протокол № 5 от 25 декабря 2024 г.



Ю. Н. Соина-Кутищева

Оглавление

1 Цель дисциплины.....	4
1.1 Формируемые компетенции.....	Fehler! Textmarke nicht definiert.
1.2 Дескрипторные характеристики компетенций	Fehler! Textmarke nicht definiert.
2 Объём и трудоёмкость дисциплины по видам учебных занятий. Формы промежуточной аттестации.....	4
3. Учебно-тематический план и содержание дисциплины.	5
3.1 Учебно-тематический план	5
4 Порядок оценивания успеваемости и сформированности компетенций обучающегося в текущей и промежуточной аттестации.	6
5 Учебно-методическое обеспечение дисциплины.	7
5.1 Учебная литература	7
5.2 Материально-техническое и программное обеспечение дисциплины.....	13
5.3 Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы.....	14
6 Иные сведения и (или) материалы.	8
6.1.Примерные темы и варианты письменных учебных работ.....	Fehler! Textmarke nicht definiert.
Примерные вопросы и задания / задачи для промежуточной аттестации.....	8
Сведения о разработке и утверждении рабочей программы дисциплины.....	Fehler! Textmarke nicht definiert.

1 Цель дисциплины

В результате освоения данной дисциплины у обучающегося должны быть сформированы компетенции основной профессиональной образовательной программы бакалавриата (далее - ОПОП): ПК-1.

Содержание компетенций как планируемых результатов обучения по дисциплине см. таблицы 1

Формируемые компетенции, индикаторы достижения компетенций, знания, умения, навыки

Таблица 1 – Индикаторы достижения компетенций, формируемые дисциплиной

Код и название компетенции	Индикаторы достижения компетенции по ОПОП	Знания, умения, навыки (ЗУВ), формируемые дисциплиной
ПК-1 Способен осваивать и использовать теоретические знания и практические умения и навыки в предметной области по профилю «Экономика и управление» при решении профессиональных задач	ПК-1.1 Демонстрирует умение осуществлять процесс создания, управления и развития новых предприятий, бизнес-процессов и функциональных направлений ПК-1.2 Применяет специальные научные знания и методы расчета и анализа экономических показателей финансово-хозяйственной деятельности хозяйствующих субъектов ПК-1.3 Способен осуществлять разработку, внедрение и совершенствование системы логистики и маркетинга хозяйствующих субъектов	Знать: – Понятие бренд-менеджмента; – Содержание процесса управления брендом. Уметь: – Управлять портфелем брендов. Владеть: – методикой капитализации бренда; – правовыми аспектами бренд-менеджмента.

1 Объём и трудоёмкость дисциплины по видам учебных занятий. Формы промежуточной аттестации

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 зачетных единиц (ЗЕТ), **108** академических часов

Таблица 3 – Объем и трудоёмкость дисциплины по видам учебных занятий

Общая трудоемкость и виды учебной работы по дисциплине, проводимые в разных формах	Объём часов по формам обучения	
	ОФО	ЗФО
1 Общая трудоемкость дисциплины	108	
2 Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) (всего)	48	
Аудиторная работа (всего):	48	
в том числе:		
лекции	16	
практические занятия, семинары	32	
практикумы		
лабораторные работы		
в интерактивной форме		
в электронной форме		
Внеаудиторная работа (всего):		
в том числе, индивидуальная работа обучающихся с преподавателем		
подготовка курсовой работы /контактная работа		
групповая, индивидуальная консультация и иные виды учебной деятельности, предусматривающие групповую или индивидуальную работу обучающихся с преподавателем)		
творческая работа (эссе)		
3 Самостоятельная работа обучающихся (всего)	60	
Зачет		

3. Учебно-тематический план и содержание дисциплины

3.1 Учебно-тематический план

Таблица 4 - Учебно-тематический план

для очной формы обучения

№ п/п	Раздел Дисциплины	Общая трудоемкость (час)	Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра) Форма промежуточной аттестации (по семестрам)			
			Учебная работа		Самостоятельная работа	Формы текущего контроля по дисциплине
		Всего	лекции	Практика		
1	Брендинг в современных условиях	10	2	2	6	Опрос по основным понятиям
2	Бренд-менеджмент в системе внутрифирменного управления	10	2	2	6	Решение задач
3	Стратегический бренд-менеджмент	14	2	6	6	Решение задач
4	Управление портфелем	12	2	4	6	Опрос по ос-

	брендов					новым поня- тиям
5	Капитализация бренда	16	2	6	8	Решение задач
6	Правовые аспекты бренд-менеджмента	12	2	4	6	Решение задач
	зачет					
Итого		108	16	32	60	

4 Порядок оценивания успеваемости и сформированности компетенций обучающегося в текущей и промежуточной аттестации

Для положительной оценки по результатам освоения дисциплины обучающемуся необходимо выполнить все установленные виды учебной работы. Оценка результатов работы обучающегося в баллах (по видам) приведена в таблице 5.

Таблица 6 - Балльно-рейтинговая оценка результатов учебной работы обучающихся по видам (БРС)

Учебная работа (виды)	Сумма баллов	Виды и результаты учебной работы	Оценка в аттестации	Баллы (16 недель)
Текущая учебная работа ОФО				
ОФО Текущая учебная работа в семестре (посещение занятий по расписанию и выполнение заданий)	80 (100% /баллов приведенной шкалы)	Лекционные занятия	0,5 балла посещение 1 лекционного занятия	4,5
		Практические занятия		
		Тема 1	За одно задание от 4 до 8: 4 балла (выполнено частично с ошибками) 6 баллов (выполнено с недочетами) 8 баллов (выполнено полностью верно)	4-8
		Тема 2	За одно задание от 4 до 8: 4 балла (выполнено частично с ошибками) 6 баллов (выполнено с недочетами) 8 баллов (выполнено полностью верно)	4-8
		Тема 3	За одно задание от 4 до 8: 4 балла (выполнено частично с ошибками) 6 баллов (выполнено с недочетами) 8 баллов (выполнено полностью верно)	4-8
		Тема 4	За одно задание от 4 до 8: 4 балла (выполнено частично с ошибками) 6 баллов (выполнено с недочетами) 8 баллов (выполнено полностью верно)	4-8
		Тема 5	За одно задание от 4 до 8: 4 балла (выполнено частично с ошибками) 6 баллов (выполнено с недочетами) 8 баллов (выполнено полностью верно)	4-8
		Тема 6	За одно задание от 4 до 8: 4 балла (выполнено частично с ошибками) 6 баллов (выполнено с недочетами) 8 баллов (выполнено полностью верно)	4-8
Текущая учебная работа ОЗФО				
Текущая учебная работа в семестре (выполнение само-	60 (100% /баллов приве-	Конспекты тем, выносимых на самостоятельное изучение- 6 тем (рукописные).	2 балла за частичное раскрытие темы 3 балла за более полное раскрытие темы 4 балла за полное раскрытие темы	12-24

Учебная работа (виды)	Сумма баллов	Виды и результаты учебной работы	Оценка в аттестации	Баллы (16 недель)
Текущая учебная работа ОФО				
стоятельных конспектов, контрольной работы и теста)	денной шкалы)	Контрольная работа по курсу	За одно задание от 4 до 8: 4 балла (выполнено частично с ошибками) 6 баллов (выполнено с недочетами) 8 баллов (выполнено полностью верно)	24-48
		Итоговый тест	15-19 балла (51 - 65% правильных ответов) 20-25 баллов (66 - 84% правильных ответов) 26-30 баллов (85 - 100% правильных ответов)	15-30
Итого по текущей работе в семестре				51 - 100
Промежуточная аттестация				
Промежуточная аттестация (эк- замен)	40 (100% /баллов приве- денной шкалы)	Вопрос 1.	5 баллов (пороговое значение) 10 баллов (максимальное значение)	9 - 18
		Вопрос 2.	5 баллов (пороговое значение) 10 баллов (максимальное значение)	11 – 22
Итого по промежуточной аттестации (экзамен)				20-40
Суммарная оценка по дисциплине: Сумма баллов текущей и промежуточной аттестации				51 – 100
б.				

Итоговая оценка выставляется в ведомость согласно следующему правилу (таблица 6):

5 Учебно-методическое обеспечение дисциплины

5.1 Учебная литература

Основная литература

1. Пономарёва, Е. А. Бренд-менеджмент : учебник и практикум для вузов / Е. А. Пономарёва. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 341 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9046-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/469359> (дата обращения: 09.12.2022).
2. Кузьмина Ольга Геннадьевна. **Бренд-менеджмент** : Учебное пособие. - 1. - Москва : Издательский Центр РИОР, 2022. - 176 с. - ISBN 978-5-369-01614-5. - ISBN 978-5-16-105501-4. - ISBN 978-5-16-012452-0.

Дополнительная литература

3. Белоусова, Л. А. Бренд-менеджмент : конспекты лекций / Л.А. Белоусова, Т.А. Савина; Федеральное агентство по образованию; ГОУ ВПО «Уральский государственный технический университет УПИ». - Екатеринбург : Уральский государственный технический университет, 2005. - 82 с.

5.2 Материально-техническое и программное обеспечение дисциплины

Учебные занятия по дисциплине проводятся в учебных аудиториях КГПИ КемГУ

Наименование учебных предме-	Наименование помещений для проведения всех видов учебной деятельности, предусмотренной учебным пла-	Адрес (местоположение) поме- щений для проведения всех ви-
---------------------------------	--	---

тов, курсов, дисциплин (модулей), практики, иных видов учебной деятельности, предусмотренных учебным планом образовательной программы	ном, в том числе помещения для самостоятельной работы, с указанием перечня основного оборудования, учебно-наглядных пособий и используемого программного обеспечения	дов учебной деятельности, предусмотренной учебным планом (в случае реализации образовательной программы в сетевой форме дополнительно указывается наименование организации, с которой заключен договор)
Бренд-менеджмент	607 Учебная аудитория для проведения: - занятий лекционного типа; - занятий семинарского (практического) типа; - групповых и индивидуальных консультаций; - текущего контроля и промежуточной аттестации. Специализированная (учебная) мебель: доска меловая, столы, стулья. Оборудование для презентации учебного материала: <i>переносное</i> - ноутбук, экран, проектор. Используемое программное обеспечение: MSWindows (Microsoft Imagine Premium 3 year по сублицензионному договору № 1212/KMP от 12.12.2018 г. до 12.12.2021 г.), LibreOffice (свободно распространяемое ПО), Foxit Reader (свободно распространяемое ПО), Firefox 14 (свободно распространяемое ПО), Яндекс.Браузер (отечественное свободно распространяемое ПО). Интернет с обеспечением доступа в ЭИОС.	654079, Кемеровская область, г. Новокузнецк, пр-кт Metallургов, д. 19

5.3 Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

- 1 Официальный сайт Федеральной статистической службы <http://www.gks.ru/>
- 2 Единый архив экономических и социологических данных http://sophist.hse.ru/data_access.shtml
- 3 Универсальная база данных East View (периодика) - <http://www.ebiblioteka.ru/>

6 Иные сведения и (или) материалы.

Примерные вопросы и задания / задачи для промежуточной аттестации

4. Развитие концепции бренда. Сущность понятия бренд-менеджмент.
5. Современные тенденции брендинга. брендинг в России.
6. Сущность и содержание бренд-менеджмента.
7. Корпоративная культура брендинга. Интеллектуальный капитал и мотивация персонала.
8. Организационные формы бренд-менеджмента.
9. Брендинг в системе стратегического управления.
10. Мотивационный анализ и сегментирование потребителей.
11. Создание бренда. Позиционирование бренда.
12. Подходы к управлению брендами. Стратегическое развитие портфеля брендов. Структура портфеля брендов.
13. Понятие и сущность марочного капитала.
14. Аудит бренда. Оценка стоимости бренда.
15. Защита бренда.

16. Проблемы фальсификации и имитации брендов.

17. Регулирование прав интеллектуальной собственности в России.