

*Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего
образования «Северо-Осетинский государственный университет
имени Коста Левановича Хетагурова»*

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
«Бренд-менеджмент»**

Направление/специальность 38.03.02 Менеджмент

Квалификация (степень) выпускника – Бакалавр

Владикавказ

2021

Программа составлена в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом по направлению (специальности) 38.03.02 Менеджмент, утвержденным приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 12.08.20г. N 970, учебным планом подготовки бакалавра по направлению 38.03.02 Менеджмент, утвержденным Ученым советом ФГБОУ ВО «СОГУ» от 29.04.2021г. (протокол № 11)

Составители: к.э.н., доцент Наниева Л.В.

Рабочая программа обсуждена и утверждена на заседании кафедры Менеджмента, маркетинга и туризма

(протокол от « 12 » апреля 2021 г. № 6).

Одобрена советом факультета экономики и управления

(протокол от «15» апреля 2021г. № 7)

Рабочая программа дисциплины принята в составе основной профессиональной образовательной программы решением ученого совета 29.04.2021, протокол № 11. Утверждена приказом СОГУ от 30.04.2021, № 106 .

1. Структура и общая трудоемкость дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет -3 зачётные единицы. (108 час.).

| | Очная Форма обучения |
|--------------------------|----------------------|
| Курс | 4 |
| Семестр | 8 |
| Лекции | 22 |
| Практические занятия | 22 |
| Лабораторные занятия | - |
| Консультации | |
| Итого аудиторных занятий | 44 |
| Самостоятельная работа | 64 |
| Курсовая работа | - |
| Зачет | + |
| Экзамен | - |
| Общее количество часов | 108 час. |

2. Цели освоения дисциплины

Целью учебной дисциплины «Бренд-менеджмент» является формирование компетенций при освоении теоретических знаний и профессиональных навыков в области управления брендом предприятия в условиях высоко конкурентного рынка.

3. Место дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина «Бренд-менеджмент» относится к дисциплинам Блок 1.Дисциплины (модули) . Часть, формируемая участниками образовательных отношений . Б1.В.ДВ.17.02.

4. Требования к результатам освоения дисциплины

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины.

В результате изучения дисциплины обучающийся должен обладать следующими компетенциями (результатами освоения образовательной программы):

Владеет навыками поиска информации, подготовки и реализации работ по формированию спроса и стимулированию сбыта, по контекстно-медийному продвижению в информационно-телекоммуникационной сети (ПК-2).

Взаимосвязь планируемых результатов обучения по дисциплине с формируемыми компетенциями ОПОП:

| Компетенции | | Планируемые результаты обучения, соответствующие формируемым компетенциям ОПОП | |
|-------------|--|---|---|
| Код | Формулировка | Знать: | Уметь: |
| ПК-2 | Владеет навыками поиска информации, подготовки и реализации работ по формированию спроса | -систему формирования спроса и стимулирования сбыта (политику ФОССТИС, методы контекстно- | -подготавливать и выполнять работы по формированию спроса и стимулированию сбыта, по контекстно-медийному продвижению в |

| | | | |
|--|---|--|---|
| | и стимулированию сбыта, по контекстно-медийному продвижению в информационно-телекоммуникационной сети | медийного продвижения в информационно-телекоммуникационной сети.); - инструменты бренд-менеджмента, Поиск первичной и вторичной маркетинговой информации; | информационно-телекоммуникационной сети; -разрабатывать и проводить коммуникационные (рекламные) кампании в области товаров (услуг, брендов); -разрабатывать и реализовывать программы повышения потребительской лояльности к товарам (услугам, брендам) организации. |
|--|---|--|---|

При проведении учебных занятий обеспечивается развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств (включая при необходимости проведение интерактивных лекций, групповых дискуссий, ролевых игр, тренингов, анализ ситуаций и имитационных моделей, преподавание дисциплин (модулей) в форме курсов, составленных на основе результатов научных исследований, в том числе с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей).

5. Содержание и учебно-методическая карта дисциплины

Таблица 5.1

| Номер недел и | Наименование тем (вопросов), изучаемых по данной дисциплине | Занятия | | Самостоятельная работа студентов | | Формы контроля | Баллы | | Лите ратур а |
|---------------------|---|---------|----|---|------|--|-------|-----|--------------------------|
| | | л | пр | Содержание | Часы | | min | max | |
| 1 | Современные концепции брендинга и бренд-менеджмента | 2 | 2 | Взаимосвязь бренда и торговой марки. Условия приобретения продуктом свойств бренда. Условия возникновения у производителя необходимости в разработке бренда | 4 | Конспек т, эссе, вопросы в рубежно й контроль ной работе | | | [1] [3] [6] [7] |
| 2-3 | Способы создания торговой марки. Популярность брендов | 2 | 2 | Взаимозависимость количества созданных страной международных брендов и индексом глобальной конкурентоспособно | 6 | Конспек т, эссе, вопросы в рубежно й контроль | | | [2] [1] [4] [5] |

| | | | | | | | | | |
|-----|---|----|----|---|----|---|---|----|--------------------------|
| | | | | сти стран мира. | | ной работе | | | |
| 4 | Процесс формирования стратегии управления активами бренда | 2 | 2 | Новые подходы к созданию и продвижению бренда. | 4 | Конспект, эссе, вопросы в рубежной контрольной работе | | | [1] [3] [6] [7] |
| 5-6 | Брендменеджер и составление брендплана | 2 | 2 | Трансформация классической концепции брендинга в многоуровневую мозаичную систему бренд-билдинга. | 6 | Конспект, эссе, вопросы в рубежной контрольной работе | | | [2] [1] [4] [5] |
| 7 | Оценка стоимости и лояльности потребителей к бренду | 2 | 2 | Англо-американская модель бренд-менеджмента. Японская модель бренд-менеджмент | 4 | Конспект, эссе, вопросы в рубежной контрольной работе | | | [1] [3] [6] [7] |
| 8 | Мировые бренды, ставшие именами нарицательным и | 2 | 2 | Теория свободно стоящих брендов (free standing brands). | 4 | Конспект, эссе, вопросы в рубежной контрольной работе | | | [2] [1] [4] [5] |
| | | | | Экспериментальные или опытные техники. Микс-методики и их виды. | 4 | | | | [2] [1] [4] [5] |
| | Текущая работа студента | | | | | | 0 | 25 | |
| 9 | Первая рубежная аттестация | | | | | | 0 | 25 | |
| | Итого | 12 | 12 | | 32 | | 0 | 50 | |

| | | | | | | | | | |
|-------|---|---|---|--|---|---|--|--|--------------------------|
| 10-11 | Маркетинговые коммуникации и их роль в построении и развитии бренда | 2 | 2 | Коммерческие бренды и проблемы странового брендинга | 6 | Конспект, эссе, вопросы в рубежной контрольной работе | | | [1] [3] [6] [7] |
| 12-13 | Формирование капитала бренда и развитие бренда во времени: управленческие решения | 2 | 2 | Направления маркетинговых исследований имиджа бренда | 4 | Конспект, эссе, вопросы в рубежной контрольной работе | | | [1] [3] [6] [7] |
| 14-15 | Разработка платформы и системы идентификаторов бренда | 2 | 2 | Психографическое и поведенческое сегментирование потребителей в брендинге | 4 | Конспект, эссе, вопросы в рубежной контрольной работе | | | [1] [3] [6] [7] |
| 15-16 | Маркетинг событий - технология брендинга | 2 | 2 | Классификация потребителей по их отношению к рекламе. Основные психотипы женщин-потребительниц | 6 | Конспект, эссе, вопросы в рубежной контрольной работе | | | [1] [3] [6] [7] |
| 17-18 | Правовые основы брендинга | 2 | 2 | Формула позиционирования бренда. Концепции известных брендов | 4 | Конспект, эссе, вопросы в рубежной контрольной работе | | | [2] [1] [4] [5] |
| | | | | Основные стратегии позиционирования по П. Темпоралу. Двухмерное позиционирование | 4 | | | | [2] [1] [4] [5] |
| | | | | Влияние культурного фактора макросреды | 4 | | | | [1] [3] |

| | | | | | | | | | |
|----|----------------------------------|----|----|--|----|--|---|-----|------------|
| | | | | на формирование бренд-нейма на отечественном рынке. | | | | | [6] [7] |
| | Текущая работа студента | | | | | | 0 | 25 | |
| 19 | Вторая рубежная аттестация | | | | | | 0 | 25 | |
| | Итого | 10 | 10 | | 32 | | 0 | 50 | |
| | Всего за семестр | 22 | 22 | | 64 | | 0 | 100 | |

Примечания:

– Все виды учебной работы могут проводиться дистанционно на основании локальных нормативных актов.

– В целях реализации индивидуального подхода к обучению студентов, осуществляющих учебный процесс по индивидуальной траектории в рамках индивидуального рабочего плана, изучение данной дисциплины может осуществляться через индивидуальные консультации преподавателя очно, в часы консультаций, по электронной почте и с использованием платформ дистанционного обучения.

6. Образовательные технологии

В соответствии с государственными образовательными стандартами высшего образования реализация учебного процесса должна предусматривать проведение занятий в интерактивных и активных формах. Внедрение этих форм обучения – одно из важнейших направлений совершенствования подготовки студентов в современном вузе. Цель – повышение эффективности образовательного процесса, достижение всеми обучающимися высоких результатов обучения.

Интерактивные формы проведения занятий предполагают обучение в сотрудничестве. Все участники образовательного процесса (преподаватель и студенты) взаимодействуют друг с другом, обмениваются информацией, совместно решают проблемы, моделируют ситуации. Суть использования активных и интерактивных форм проведения состоит в погружении студентов в реальную атмосферу делового сотрудничества по разрешению проблем, оптимальную для выработки навыков и качеств будущего специалиста.

Для решения воспитательных и учебных задач преподавателем могут быть использованы следующие интерактивные формы обучения.

Традиционные лекции и практические (семинарские) занятия с использованием современных интерактивных технологий.

Лекция-диалог – содержание подается через серию вопросов, на которые студент должен отвечать непосредственно в ходе лекции.

Онлайн-семинар – разновидность веб-конференции, проведение онлайн-встреч или презентаций через Интернет в режиме реального времени. Каждый из участников находится у своего компьютера (средства связи), а связь между ними поддерживается через Интернет посредством загружаемого приложения, установленного на компьютере каждого участника.

Видеоконференция – сеанс видеоконференцсвязи (ВКС) – это технология интерактивного взаимодействия двух и более участников образовательного процесса для обмена информацией в реальном режиме времени.

Видео-лекция – снятая на камеру сокращенная лекция, дополненная фотографиями и схемами, иллюстрирующая подаваемый в лекции материал.

Технология электронного обучения (реализуется при помощи электронной образовательной среды СОГУ при использовании ресурсов ЭБС, при проведении автоматизированного тестирования и т. д.).

Творческое задание составляет содержание (основу) любой интерактивной формы проведения занятия. Выполнение творческих заданий требует от студента воспроизведения полученной ранее информации в форме, определяемой преподавателем и требующей творческого подхода: 1) подборка примеров из практики; 2) подборка материала по определенной проблеме;

Публичная презентация проекта - самый эффективный способ донесения важной информации при публичных выступлениях. Слайд-презентации позволяют эффектно и наглядно представить содержание, выделить и проиллюстрировать сообщение.

Интерактивная лекция представляет собой выступление преподавателя перед аудиторией студентов с применением следующих интерактивных форм обучения:

1. управляемая дискуссия или беседа; 2. демонстрация слайдов или учебных фильмов; 3. мозговой штурм; 4. мотивационная речь и др.

Разработка проекта позволяет участникам мысленно выйти за пределы аудитории и составить проект своих действий по обсуждаемому вопросу. Участники могут обратиться за консультацией, дополнительной литературой в специализированные учреждения, библиотеки и т.д.

Проблемное обучение - поиск ответов на вопросы по теме.

7. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы

Самостоятельная работа обучающихся является одним из видов учебных занятий. Самостоятельная работа проводится с целью:

- систематизации и закрепления полученных теоретических знаний и практических умений обучающихся студентов;
- углубления и расширения теоретических знаний;
- формирования умений использовать нормативную, правовую, справочную документацию и специальную литературу;
- формирования самостоятельности мышления, способностей к саморазвитию, самосовершенствованию и самореализации;
- развития исследовательских умений.

К видам самостоятельной работы при изучении данной дисциплины относятся: написание докладов, эссе, подготовка презентаций, самостоятельное изучение литературы по теме и составление по ней конспектов, работа со справочными материалами (терминологическими и иными словарями, энциклопедиями) и т.д.

Темы и формы внеаудиторной самостоятельной работы, ее трудоёмкость содержатся в разделе 5, табл. 5.1.

8. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, рубежной аттестации и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины

Рабочая программа предусматривает проведение лекционных и практических занятий, а также следующие виды работ: самостоятельную работу студентов по подготовке устных сообщений, написанию докладов, подготовку презентаций и обсуждений по темам дисциплины - работу в активной и интерактивной формах.

Рабочая программа предполагает текущий и промежуточный контроль знаний.

Текущий контроль – это непрерывно осуществляемый мониторинг уровня усвоения знаний и формирования умений и навыков в течение семестра или учебного года. Текущий контроль знаний, умений и навыков студентов осуществляется в ходе учебных (аудиторных) занятий, проводимых по расписанию. Формами текущего контроля выступают опросы на занятиях с целью проверки наличия знаний, необходимых для усвоения нового материала или для выяснения степени усвоения изложенного материала.

Рубежный контроль осуществляется по окончании изучения материала модуля в заранее установленное время. Рубежный контроль проводится с целью определения качества усвоения материала учебного модуля в целом. В течение семестра такие контрольные мероприятия проводятся по графику.

Контрольные задания (демоверсии) для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Критерии оценивания представлены в таблице 8.1.

Примеры тестовых заданий по дисциплине:

1. Каково главное качество бренда:

уникальность
прибыльность
узнаваемость

2. Какова формула успеха для бренда:

чаще попадаться на глаза
быть не таким, как все
вести за собой толпу

3. В результате крепких отношений между брендом и его клиентами рождается:

зависимость
лояльность
привязанность

4. Основная функция копирайтера:

организация рекламной деятельности предприятия и координация взаимоотношений рекламодателей и рекламных посредников
написание слогана и рекламного текста в рамках маркетинговой и рекламной концепции
приобретение рекламного пространства для дальнейшей его продажи или непосредственного размещения рекламы

5. Если потребители удовлетворены товаром с известным брендом, потому что воспринимают его как лучший, то в их глазах он стоит затраченных денег. О каком измерении 4-мерной модели бренда идёт речь:

духовное
ментальное
функциональное

БАЛЛЬНАЯ СТРУКТУРА ОЦЕНКИ

| Форма контроля | Макс. кол-во баллов |
|--|---------------------|
| Текущая оценка студента в течение 1 модуля состоит из: | 20 |
| • Выполнения заданий на практических занятиях | 10 |
| • Самостоятельная работа | 10 |
| 1-я рубежная письменная контрольная работа | 15 |
| Текущая оценка студента в течение 2 модуля состоит из: | 20 |
| • Выполнения заданий на практических занятиях | 10 |
| • Самостоятельная работа | 10 |
| 2-я рубежная письменная контрольная работа | 15 |
| Устный зачет | 30 |
| Итого | 100 |

Методика формирования результирующей оценки.¹

В ходе текущего контроля студенты могут набрать 0-100 баллов:

1-я рубежная аттестация - максимально 35 баллов; из них:

От 0 до 15 баллов – тестирование в центре тестирования СОГУ;

От 0 до 20 баллов – активная работа за данный период на семинарских (практических) занятиях

2-я рубежная аттестация – максимально 35 баллов; из них:

От 0 до 15 баллов – тестирование в центре тестирования СОГУ;

От 0 до 20 баллов – активная работа за данный период на семинарских (практических) занятиях

Студенты, получившие в ходе текущего и рубежного контроля 50-70 баллов автоматически получают зачет.

Студенты, получившие в ходе текущего и рубежного контроля 20-50 баллов, для получения зачета по дисциплине сдают устный зачет в период проведения экзаменационной сессии по расписанию. За устный ответ на зачете студент получает 0-30 баллов, которые суммируются с баллами, полученными в ходе текущего и рубежного контроля. Студенты, набравшие в сумме текущего, рубежного контроля и устного зачета 50 и более баллов, получают зачет.

Студенты, получившие в ходе текущего и рубежного контроля менее 20 баллов, не допускаются до сдачи устного зачета, и сдают зачет в установленном порядке.

Методика формирования результирующей оценки

Таблица 8.1

| Этап | Форма контроля | Критерии оценивания | | | |
|---|--|--|---|--|---|
| 1. Текущий контроль (max 20 баллов за 1 модуль) | | | | | |
| | | 4 балла | 3 балла | 2 балла | 0–1 баллов |
| | Посещение занятий (max 4 б.) | Студент посетил более 85% занятий | Студент посетил 71–85% занятий | Студент посетил 56–70% занятий | Студент посетил менее 56% занятий |
| | | 11–13 баллов | 8–10 баллов | 6–7 баллов | 0–5 баллов |
| | Текущая работа в течение модуля (max 13б.) | Студент активно работает на занятиях, превосходно выполняет все задания преподавателя. | Студент активно работает на занятиях, хорошо выполняет задания преподавателя. | Студент недостаточно активно работает на занятиях, удовлетворительно выполняет задания преподавателя. | Студент недостаточно активно работает на занятиях, неудовлетворительно выполняет задания преподавателя. |
| | | 3 балла | 2 балла | 1 балл | 0 баллов |
| | Доклад, презентация (max 3б.) / опорный конспект (max 3б.) | Тема полностью раскрыта. Превосходное владение материалом. Высокий уровень самостоятельности, логичности, аргументированности. Превосходный стиль изложения. | Тема в основном раскрыта. Хорошее владение материалом. Средний уровень самостоятельности, логичности, аргументированности. Хороший стиль изложения. | Тема частично раскрыта. Удовлетворительное владение материалом. Низкий уровень самостоятельности, логичности, аргументированности. Удовлетворительный стиль изложения. | Тема не раскрыта. Неудовлетворительное владение материалом. Недостаточный уровень самостоятельности, логичности, аргументированности. Неудовлетворительный стиль изложения. |
| 2. Рубежный контроль (15б. за 1 модуль) | | | | | |
| | | 13–15 баллов | 10–12 балл | 8–9 баллов | 0–7 баллов |

^{1 3} В соответствии с Положением о БРС оценивания обучающихся очной формы по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата и специалитета в ФГБОУ ВО СОГУ (в действующей редакции)

| | | | | | |
|---|--------------------|---|--|---|--|
| | Контрольная работа | Правильно выполнены все задания. Продemonстрирован высокий уровень владения материалом. Проявлены превосходные способности применять знания и умения к выполнению конкретных заданий. | Правильно выполнена большая часть заданий. Присутствуют незначительные ошибки. Продemonстрирован хороший уровень владения материалом. Проявлены средние способности применять знания и умения к выполнению конкретных заданий. | Задания выполнены более чем наполовину. Присутствуют серьезные ошибки. Продemonстрирован удовлетворительный уровень владения материалом. Проявлены низкие способности применять знания и умения к выполнению конкретных заданий. | Задания выполнены менее чем наполовину. Продemonстрирован неудовлетворительный уровень владения материалом. Проявлены недостаточные способности применять знания и умения к выполнению конкретных заданий. |
| 3. Итоговый контроль по дисциплине | | | | | |
| | | 26–30 баллов | 20–25 балла | 15–19 баллов | 0–14 баллов |
| | Экзамен / зачет | Дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос. Ответ формулируется в терминах науки, изложен литературным языком, логичен, доказателен, демонстрирует авторскую позицию студента. | Дан полный ответ на поставленный вопрос, показано умение выделить существенные и несущественные признаки, причинно-следственные связи. Но допущены незначительные ошибки, исправленные студентом с помощью «наводящих» вопросов преподавателя. | Дан недостаточно полный ответ. Студент не способен самостоятельно выделить существенные и несущественные признаки и причинно-следственные связи. Речевое оформление требует поправок, коррекции. | Не получены ответы по базовым вопросам дисциплины или дан неполный ответ и допущены грубые ошибки. Речь неграмотная. Уточняющие вопросы преподавателя не приводят к коррекции ответа студента не только на поставленный вопрос, но и на другие вопросы дисциплины. |

Студенты, получившие в ходе текущего и рубежного контроля 50-70 баллов, автоматически получают «Зачет» или оценку «удовлетворительно». Для получения более высокого балла («хорошо» или «отлично») студент обязан явиться на экзамен и сдавать экзамен по шкале от 0-30 баллов в дополнение к накопленным за семестр баллам.

Показатели и критерии оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

| Уровень сформированности компетенций | | | |
|---|---|---|---|
| «Минимальный уровень не достигнут» (менее 50 баллов) | «Минимальный уровень» (50-70 баллов) | «Средний уровень» (71-85 баллов) | «Высокий уровень» (86-100 баллов) |
| <u>Компетенции не сформированы.</u> Знания отсутствуют, умения и навыки не сформированы. | <u>Компетенции сформированы.</u> Сформированы базовые структуры знаний. Умения фрагментарны и носят репродуктивный характер. Демонстрируется | <u>Компетенции сформированы.</u> Знания обширные, системные. Умения носят репродуктивный характер, применяются к решению типовых заданий. | <u>Компетенции сформированы.</u> Знания твердые, аргументированные, всесторонние. Умения успешно применяются к решению как типовых, так и нестандартных творческих заданий. |

| | | | |
|--|---|--|--|
| | низкий уровень самостоятельности практического навыка. | Демонстрируется достаточный уровень самостоятельности устойчивого практического навыка. | Демонстрируется высокий уровень самостоятельности, высокая адаптивность практического навыка |
| Описание критериев оценивания | | | |
| <p>Обучающийся демонстрирует:</p> <ul style="list-style-type: none"> - существенные пробелы в знаниях учебного материала; - допускаются принципиальные ошибки при ответе на основные вопросы, отсутствует знание и понимание основных понятий и категорий; - непонимание сущности дополнительных вопросов в рамках заданий; - отсутствие умения выполнять практические задания, предусмотренные программой дисциплины; - отсутствие готовности (способности) к дискуссии и низкую степень контактности. | <p>Обучающийся демонстрирует:</p> <ul style="list-style-type: none"> - знания теоретического материала; - неполные ответы на основные вопросы, ошибки в ответе, недостаточное понимание сущности излагаемых вопросов; - неуверенные и неточные ответы на дополнительные вопросы; - недостаточное владение литературой, рекомендованной программой дисциплины; - умение без грубых ошибок решать практические задания, которые следует выполнить. | <p>Обучающийся демонстрирует:</p> <ul style="list-style-type: none"> - знание и понимание основных вопросов контролируемого объема программного материала; - твердые знания теоретического материала. - способность устанавливать и объяснять связь практики и теории, выявлять противоречия, проблемы и тенденции развития; - правильные и конкретные, без грубых ошибок, ответы на поставленные вопросы; - умение решать практические задания, которые следует выполнить; - владение основной литературой, рекомендованной программой дисциплины; - наличие собственной обоснованной позиции по обсуждаемым вопросам. Возможны незначительные оговорки и неточности в раскрытии отдельных положений вопросов, присутствует неуверенность в ответах. | <p>Обучающийся демонстрирует:</p> <ul style="list-style-type: none"> - глубокие, всесторонние и аргументированные знания программного материала; - полное понимание сущности и взаимосвязи рассматриваемых процессов и явлений, точное знание основных понятий в рамках обсуждаемых заданий; - способность устанавливать и объяснять связь практики и теории; - логически последовательные, содержательные, конкретные и исчерпывающие ответы на все задания, а также дополнительные вопросы экзаменатора; - умение решать практические задания; - свободное использование в ответах на вопросы материалов рекомендованной основной и дополнительной литературы. |
| Оценка «неудовлетворительно» | Оценка «удовлетворительно» | Оценка «хорошо» / «зачтено» | Оценка «отлично» / «зачтено» |

| | | | |
|---------------|---------------|--|--|
| » /не зачтено | » / «зачтено» | | |
|---------------|---------------|--|--|

Вопросы для подготовки к зачету:

1. Современные концепции брендинга и бренд-менеджмента.
2. Типы брендов. Портфель брендов компании, архитектура и роли брендов.
3. Принципы разработки и составляющие эффективной платформы бренда. Идентичность бренда.
4. Разработка системы идентификаторов бренда.
5. Формирование капитала бренда и развитие бренда во времени: управленческие решения.
6. Основные принципы бренд-коммуникационного планирования.
7. Основные методы формирования лояльности бренду. Степень лояльности потребителей бренду и причины переключения потребителей на другие марки.
8. Стоимость инвестиций в брендинг.
9. Методы оценки стоимости бренда компании.
10. Классификация атрибутов бренда.
11. Формула бренда (Brand Essence)
12. Идентичность бренда (Brand Identity)
13. Бренд-имидж (Brand Image),
14. Позиционирование бренда (Brand Position)
15. Релевантность бренда (Brand Relevance)
16. Приверженность к бренду (Brand Loyalty)
17. Стоимость бренда (Brand Value)
18. Подъемная сила бренда (Brand Leverage)
19. Степень известности бренда (Brand Awareness)
20. Способность к доминированию бренда (Brand Power)
21. Базовые элементы бренд-стиля
22. Товарный бренд-нэйм
23. Товарные знаки и их классификация.
24. Рекламный бренд-слоган
25. Стратегии формирования бренд-стиля.
26. Мифодизайн элементов бренд-стиля.
27. Классификация основных констант бренд-стиля
28. Общая классификация брендинг-процессов и процедур брендинг-процессов
29. Стратегии и методы управления брендинг-процессами.
30. Общая характеристика бренд-символов
31. Механизмы формирования коммуникативных каналов бренд - символов
32. Подготовка и организация бренд - символов.

9. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

а) основная литература:

1. Старов, С. А. Управление брендами: учебник. СПб.: Изд-во 'Высшая школа менеджмента', 2018. 500 с. URL: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=493519>
2. Дмитриева Л. М. Бренд в современной культуре. НИЦ ИНФРА-М, 2017. - 200 с. URL: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=522964>

3. Чернатони Л. Брендинг. Как создать мощный бренд: - М :ЮНИТИ-ДАНА, 2019. - 559 с. - URL: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=390471>

б) дополнительная литература:

4. Музыкант Л.В. Брендинг: Управление брендом: Учебное пособие - М.: ИЦ РИОР: НИЦ ИНФРА-М, 2018. - 316 с.: URL: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=416049>

5. Виханский О. С. Менеджмент: век XXI. Под ред. О.С. Виханского, А.И. Наумова. - ИНФРА-М, 2017. - 352 с. URL: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=498476>

6. Герасимов К.Б. Инновационный потенциал корпоративной культуры организации. URL: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=526927>

7. Чеглов В. П. Инновационный ритейл. Организационное лидерство и эффективные Технологии. URL: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=405624>

в) электронные библиотечные системы, с которыми у СОГУ имеется действующий договор, современные профессиональные базы, информационные справочные системы:

– eLIBRARY.RU [Электронный ресурс]: научная электронная библиотека. – URL: <http://www.elibrary.ru>.

– База данных «ЭБС elibrary»: <http://elibrary.ru>

– Издательство «Юрайт» [Электронный ресурс]: электронно-библиотечная система. – URL: <http://biblio-online.ru>.

- Университетская библиотека online [Электронный ресурс]: электронно-библиотечная система. – URL: <http://www.biblioclub.ru>.

10. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Занятия по дисциплине проводятся в аудиториях, обеспеченных компьютерами, имеющими доступ к сети Интернет, интерактивными досками и мультимедийным оборудованием.

Лицензионное программное обеспечение:

1. Windows 10 Pro for Workstations, (№ 4100072800 Microsoft Products (MPSA) от 04.2016г);
2. Office Standard 2016 (№ 4100072800 Microsoft Products (MPSA) от 04.2016г);
3. Система поиска текстовых заимствований «Антиплагиат ВУЗ»;

Перечень ПО в свободном доступе:

1. Kaspersky Free;
2. WinRar;
3. Google Chrome;
4. Yandex Browser;
5. OperaBrowser.