

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Шутов Олег Леонтьевич  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 20.06.2026 14:05:15  
Уникальный программный ключ:  
6892313c2153d214b87fca0fd68c13fa12d41989

**ОБЩИЙ ПРОФИЛЬ**  
**38.03.02 Менеджмент**  
**2026 год набора**

**Приложение В**

к основной профессиональной образовательной программе  
по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент,  
утвержденной приказом от 15.06.2026 г. № 64-О

**АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ  
ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«КУБАНСКИЙ ИНСТИТУТ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО  
ОБРАЗОВАНИЯ»  
(АНОО ВО «КИПО»)**

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

**Б1.О.15 Основы брэндинга**

Направление подготовки  
**38.03.02 МЕНЕДЖМЕНТ**

Направленность (профиль)  
**Общий профиль**

Уровень высшего образования  
**Бакалавриат**

Квалификация  
**Бакалавр**

Форма обучения  
**очная**

Год набора  
**2026**

**ОБЩИЙ ПРОФИЛЬ**  
**38.03.02 Менеджмент**  
**2026 год набора**

Рабочая программа дисциплины (модуля) Б1.О.15 «Основы брэндинга» предназначена для реализации основной профессиональной образовательной программы высшего образования.

Составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования (ФГОС ВО) по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (Приказ Минобрнауки РФ от 12.08.2020 г. № 970, зарегистрирован в Минюсте РФ 25.08.2020 г. № 59449).

## **СОДЕРЖАНИЕ**

- 1 Цели и задачи изучения дисциплины (модуля)
  - 1.1 Цель освоения дисциплины (модуля)
  - 1.2 Задачи дисциплины (модуля)
  - 1.3 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы
  - 1.4 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы
2. Структура и содержание дисциплины (модуля)
  - 2.1 Распределение трудоёмкости дисциплины (модуля) по видам работ
  - 2.2 Содержание дисциплины (модуля)
  - 2.3 Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)
3. Образовательные технологии, применяемые при освоении дисциплины (модуля)
4. Фонды оценочных средств для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)
  - 4.1. Структура оценочных средств для текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)
  - 4.2. Типовые задания для текущего контроля и вопросы (теоретические и практические) для промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)
5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)
6. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение по дисциплине (модулю)

## **1 Цели и задачи изучения дисциплины (модуля)**

### **1.1 Цель освоения дисциплины**

Целью изучения дисциплины Б1.О.15 «Основы брэндинга» является формирование представления у студентов о понятии бренда и процессе брэндинга как комплексе действий по его созданию, а также о видах брендов, структуре брендов и моделях брендовой идентичности, имидже бренда и инструментах его формирования, основных атрибутах бренда, а также о некоторых аспектах бренд-менеджмента, о брендовом портфеле, его структуре, моделях управления им.

### **1.2 Задачи дисциплины**

изучить различные определения понятия «бренд», составить представление о различиях и общих чертах марки и бренда, преимуществах обладания сильным брендом;

кратко обозначить историю появления марочных изделий и основные этапы развития брэндинга в историческом аспекте;

ознакомится с понятием «идентичности бренда» как одним из основополагающих в теориях брэндинга, а также с моделями структуры брендов и брендовой идентичности ведущих авторов;

составить представление о портфеле брендов, его возможных структурах и моделях управления им;

изучить понятие «имидж» бренда и то, какими средствами и с помощью каких каналов коммуникаций он формируется;

сформировать представление о комплексе средств идентификации и атрибутов бренда;

ознакомиться с вербальными и визуальными атрибутами бренда;

рассмотреть этапы и приемы создания имени бренда;

изучить элементы аудиоидентификации бренда и их виды, формы.

### **1.3 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы**

Дисциплина Б1.О.15 «Основы брэндинга» относится к обязательной части Блока 1 «Дисциплины (модули)» учебного плана.

В соответствии с рабочим учебным планом дисциплина изучается на 2 курсе по очной форме обучения.

Вид промежуточной аттестации: зачет.

### **1.4 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы**

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикаторов достижения результатов обучения по дисциплине	Планируемые результаты обучения
ОПК-4. Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций	ОПК-4.1. Выявляет и оценивает возможности развития организации и бизнесов с учетом имеющихся ресурсов и компетенций. ОПК-4.2. Владеет основными технологиями при бизнес-планировании ОПК-4.3. Разрабатывает бизнес-планы проектов и направлений бизнеса.	<b>Знать:</b> методы выявления и оценки рыночных возможностей для создания и развития бренда; модели оценки ресурсов и компетенций организации применительно к брэндингу (анализ брендового портфеля, оценка лояльности потребителей, анализ восприятия бренда). <b>Уметь:</b> применять основные технологии бизнес-планирования (бюджетирование, сетевое планирование, имитационное

**ОБЩИЙ ПРОФИЛЬ**  
**38.03.02 Менеджмент**  
**2025 год набора**

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикаторов достижения результатов обучения по дисциплине	Планируемые результаты обучения
		моделирование) для прогнозирования ключевых показателей бренда (доля рынка, узнаваемость бренда, лояльность, финансовые потоки от бренда). <b>Владеть:</b> навыками разработки бизнес-плана проекта вывода нового бренда на рынок (разделы: анализ рынка, маркетинговая стратегия бренда, производственный план, оценка экономической эффективности бренда); методами расчета экономической эффективности брендинговых проектов (оценка стоимости бренда, расчет брендинговых мероприятий).

Результаты обучения по дисциплине достигаются в рамках осуществления всех видов контактной и самостоятельной работы обучающихся в соответствии с утвержденным учебным планом.

Индикаторы достижения компетенций считаются сформированными при достижении соответствующих им результатов обучения.

## 2. Структура и содержание дисциплины

### 2.1 Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 5 зачетных единицы (180 час.), их распределение по видам работ представлено в таблице

Виды работ		Всего часов		
		ОФО	ОЗФО	ЗФО
<b>Контактная работа, в том числе:</b>		<b>72</b>	-	-
<b>Аудиторные занятия (всего):</b>		<b>72</b>	-	-
занятия лекционного типа		36	-	-
практические занятия		36	-	-
<b>Иная контактная работа:</b>		-	-	-
Контрольная работа		-	-	-
Курсовая работа		-	-	-
<b>Самостоятельная работа, в том числе:</b>		<b>108</b>	-	-
Самоподготовка по темам (разделам) дисциплины		68	-	-
Подготовка к текущему контролю		40	-	-
<b>Контроль:</b>		-	-	-
Промежуточная аттестация (зачет)		-	-	-
<b>Общая трудоёмкость</b>	<b>час.</b>	<b>180</b>	-	-
	<b>в том числе контактная работа</b>	<b>72</b>	-	-
	<b>зач. ед</b>	<b>5</b>	-	-

### 2.2 Содержание дисциплины

Распределение видов учебной работы и их трудоёмкости по разделам дисциплины. Разделы (темы) дисциплины, изучаемые на 2 курсе (очная форма обучения)

**ОБЩИЙ ПРОФИЛЬ**  
**38.03.02 Менеджмент**  
**2025 год набора**

№	Наименование темы/раздела	Количество часов				
		Всего	В том числе в виде практической подготовки	Аудиторная работа		Внеаудиторная работа (СР)
				Л	ПЗ	
1.	Тема 1. Бренд и брендинг: основные понятия.	30	-	8	4	18
2.	Тема 2. Система идентичности бренда Индивидуальность бренда.	30	-	8	4	18
3.	Тема 3. Стратегические бренд-коммуникационные кампании (реклама, PR, продакт плейсмент).	30	-	4	8	18
4.	Тема 4. Управление активами бренда.	30	-	4	8	18
5.	Тема 5 Технологии брендинга.	30	-	4	8	18
6.	Тема 6. Модели разработки бренда.	30	-	8	4	18
	<i>ИТОГО по разделам дисциплины</i>	180	-	36	36	108
	Контрольная работа	-	-	-	-	-
	Курсовая работа	-	-	-	-	-
	Промежуточная аттестация (зачет)	-	-	-	-	-
	Общая трудоемкость по дисциплине	180	-	36	36	108

Примечание: Л – лекции, ПЗ – практические занятия / семинары, СР – самостоятельная работа обучающегося

При изучении дисциплины могут применяться электронное обучение, дистанционные образовательные технологии в соответствии с ФГОС ВО.

### 2.3 Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине)

Самостоятельная работа – это индивидуальная познавательная деятельность обучающегося как на аудиторных занятиях, так и во внеаудиторное время. Самостоятельная работа должна быть многогранной и иметь четко выраженную направленность на формирование конкретных компетенций.

Цель самостоятельной работы – овладение знаниями, профессиональными умениями и навыками, опытом исследовательской деятельности и обеспечение формирования профессиональных компетенций, воспитание потребности в самообразовании, ответственности и организованности, творческого подхода к решению проблем.

Самостоятельная работа обучающихся направлена на углубленное изучение разделов и тем рабочей программы. Самостоятельная работа предполагает изучение литературных источников, выполнение контрольных заданий и работ, проведение исследований разного характера. Работа основывается на анализе литературных источников и других материалов, а также реальных фактов, личных наблюдений и т.д.

Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся:

- работа с лекционным материалом, предусматривающая проработку конспекта лекций и учебной литературы;

- поиск (подбор) и обзор литературы, электронных источников информации по заданной проблеме курса, написание реферата (доклада, эссе), исследовательской работы по заданной проблеме;
- выполнение задания по пропущенной или плохо усвоенной теме;
- изучение материала, вынесенного на самостоятельную проработку (отдельные темы, параграфы);
- подготовка к практическим занятиям;
- подготовка к промежуточной аттестации.

№ п/п	Вид учебно-методического обеспечения
1.	Методические рекомендации по самостоятельной работе обучающихся.
2.	Методические рекомендации по изучению дисциплины.
3.	Вопросы для письменного/устного собеседования, реферат, сообщение, доклад, эссе, практико-ориентированные задания, мини-кейсы, задания в виде расчетных задач, ситуационные задачи.

Задания для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине «Б1.О.15 Основы брендинга» представлены в учебно-методическом отделе.

Контроль результатов самостоятельной работы обучающихся может осуществляться в пределах времени, отведенного на обязательные учебные занятия и внеаудиторную самостоятельную работу обучающихся по дисциплине, может проходить в письменной, устной или смешанной форме.

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ) при изучении данной дисциплины предоставлена возможность выбора технологий обучения в зависимости от степени заболевания и осознания своей деятельности. При этом содержание программы дисциплины не изменяется, изменяются, как правило, форма обучения и образовательные технологии. Также обучающимся, имеющим инвалидность, и лицам с ограниченными возможностями здоровья созданы условия комфортного психологического климата в процессе обучения и возможности оказания помощи в установлении полноценных межличностных отношений с другими обучающимися.

### **3. Образовательные технологии, применяемые при освоении дисциплины (модуля)**

В ходе изучения дисциплины предусмотрено использование следующих образовательных технологий: лекции, практические занятия, проблемное обучение, модульная технология, подготовка письменных аналитических работ, самостоятельная работа обучающихся.

Компетентностный подход в рамках преподавания дисциплины реализуется в использовании интерактивных технологий и активных методов (проектных методик, мозгового штурма, разбора конкретных ситуаций, анализа педагогических задач, педагогического эксперимента, иных форм) в сочетании с внеаудиторной работой.

Информационные технологии, применяемые при изучении дисциплины: использование информационных ресурсов, доступных в информационно-телекоммуникационной сети Интернет.

Адаптивные образовательные технологии, применяемые при изучении дисциплины – для лиц с ограниченными возможностями здоровья предусмотрена организация консультаций с использованием электронной почты.

**4. Фонд оценочных средств для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)**

Оценочные средства предназначены для контроля и оценки образовательных достижений обучающихся, освоивших программу учебной дисциплины «Б1.О.15 Основы брендинга». Материалы для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации размещены в фонде оценочных средств по дисциплине «Б1.О.15 Основы брендинга».

**4.1. Структура оценочных средств для текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)**

№ п/п	Код и наименование индикаторов достижения результатов обучения по дисциплине	Результаты обучения	Наименование оценочного средства	
			Текущий контроль	Промежуточная аттестация
1	ОПК-4.1. Выявляет и оценивает возможности развития организации и бизнесов с учетом имеющихся ресурсов и компетенций.	<b>Знать:</b> методы выявления и оценки рыночных возможностей для создания и развития бренда; модели оценки ресурсов и компетенций организации применительно к брендингу (анализ брендового портфеля, оценка лояльности потребителей, анализ восприятия бренда). <b>Уметь:</b> применять основные технологии бизнес-планирования (бюджетирование, сетевое планирование, имитационное моделирование) для прогнозирования ключевых показателей бренда (доля рынка, узнаваемость бренда, лояльность, финансовые потоки от бренда). <b>Владеть:</b> навыками разработки бизнес-плана проекта вывода нового бренда на рынок (разделы: анализ рынка, маркетинговая стратегия бренда, производственный план, оценка экономической эффективности бренда); методами расчета экономической эффективности брендинговых проектов	Подготовка докладов/сообщений, вопросы для обсуждения по темам, задания открытого и закрытого типа	Вопросы на зачете
2	ОПК-4.2. Владеет основными технологиями при бизнес-планировании		Подготовка докладов/сообщений, вопросы для обсуждения по темам, задания открытого и закрытого типа	Вопросы на зачете
3	ОПК-4.3. Разрабатывает бизнес-планы проектов и направлений бизнеса.		Подготовка докладов/сообщений, вопросы для обсуждения по темам, задания открытого и закрытого типа	Вопросы на зачете

		(оценка стоимости бренда, расчет брендинговых мероприятий).		
--	--	---	--	--

**4.2. Типовые задания для текущего контроля и вопросы (теоретические и практические) для промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)**

Задания для текущего контроля и вопросы (теоретические и практические) для промежуточной аттестации, необходимые для оценки образовательных достижений обучающихся.

**Текущий контроль успеваемости для обучающихся**

**Задания с выбором ответов**

1. Производственный бренд:
  - а) привязан к конкретному клиенту;
  - б) ориентирован на повсеместные продажи;
  - в) распространен в ограниченном кругу клиентов.
  
2. Совместное выступление нескольких брендов на рынке - это...
  - а) ко-брендинг;
  - б) ду-брендинг;
  - в) он-брендинг.
  
3. Кто принимает решения в мире брендов на основе отношений?
  - а) производитель;
  - б) бренд;
  - в) потребитель.
  
5. Какое измерение бренда описывает воспринимаемую ценность продукта?
  - а) функциональное;
  - б) социальное;
  - в) ментальное.

**Шкала оценивания результатов по заданиям для проведения текущего контроля успеваемости по дисциплине**

<b>% верных решений (ответов)</b>	<b>Шкала оценивания</b>
85-100	5 - отлично
71-84	4 - хорошо
50-70	3 - удовлетворительно
0-49	2 - неудовлетворительно

**Текущий контроль успеваемости для обучающихся по очной форме**

Контрольная работа представляет собой систематическое, достаточно полное изложение авторского решения соответствующей проблемы и выполнение заданий в рамках дисциплины, которая является одним из видов текущего контроля успеваемости обучающихся очной формы обучения.

Цели контрольной работы:

- проверка и оценка знаний обучающихся;
- закрепление практических навыков применения теоретических подходов и методов анализа на учебных примерах и задачах;
- получение информации об уровне самостоятельности и активности обучающегося, об эффективности форм и методов учебной работы.

Контрольные работы выполняются обучающимися в сроки, предусмотренные учебным планом и календарным учебным графиком.

Контрольная работа выполняется в рукописном или в печатном (компьютерном) варианте на листах формата А4 в 1 экземпляре с соблюдением установленного формата. Текст набирается шрифтом Times New Roman 12, через 1 интервал, абзацный отступ - 1,25 см, выравнивание по ширине страницы. Страница должна иметь следующие поля: левое - 25 мм, правое - 10 мм, верхнее и нижнее - 20 мм. Титульный лист содержит информацию об обучающемся выполнившим контрольную работу (ФИО обучающегося, направление подготовки, группа); наименование дисциплины; ФИО преподавателя, проверяющего работу.

Задания для контрольных работ разрабатываются преподавателем дисциплины по вариантам, которые содержат:

- 1) Задание в форме ответа на теоретический вопрос по теме (разделу) – объем не более 2-3 страниц;
- 2) Задания, составленные в форме тестов (2 задания открытого и закрытого типа, разработанные в фонде оценочных средств).

Готовая контрольная работа в электронном виде прикрепляется в электронную образовательную среду Moodle в профиль обучающегося выполнившего работу до начала сессии. Если работа в рукописном варианте, то она должна быть отсканирована и прикреплена.

#### **Шкала и критерии оценивания контрольной работы**

№ п/п	Критерии	Зачтено
<b>Теоретический вопрос</b>		
1	Глубина проработки материала	Основные теоретические положения по вопросу раскрыты. Имеются элементы обоснования выводов
2	Представление	Имеются элементы систематизации информации, факты применения профессиональной терминологии
3	Использование рекомендованной литературы	Основные источники рекомендованной литературы использованы
4	Грамотность изложения и качество оформления	Продемонстрирована культура речи. Соблюдены основные требования к оформлению
<b>Выполнение тестовых заданий</b>		

Если работа не отвечает названным критериям, выставляется оценка «не зачтено».

#### **Зачтено-экзаменационные материалы для промежуточной аттестации (зачет)**

##### **Теоретические вопросы к зачету**

1. Сущность и содержание понятия бренда, его отличие от торговой марки и товарного знака.
2. Современные тенденции и особенности развития брендинга.
3. Брендинг в России.
4. Внешние атрибуты бренда. Классификация брендов.
5. Сущность и содержание бренд-менеджмента.
6. Корпоративная культура и брендинг.
7. Бренд-менеджмент в западных и российских компаниях.

8. Схема разработки бренда
9. Стратегия управления брендом
10. Технологии продвижения бренда
11. Основные модели и принципы создания бренда.
12. Позиционирование бренда.
13. Устаревание бренда, омоложение бренда. Ребрендинг.
14. ATL –технологии продвижения бренда
15. BTL –технологии продвижения бренда
16. Бренд-портфель: структура и стратегическое развитие.
17. Создание бренда в Интернете. Компоненты и стратегии.
18. Интернет-брендинг: этапы и принципы.
19. Идентичность бренда, Имидж бренда.
20. Колесо бренда
21. Лояльность к брендам.
22. Стратегия бренда
23. Целевая аудитория бренда
24. Марочный капитал: понятие и сущность, факторы оценки.
25. Аудит бренда.
26. Оценка стоимости брендов.
27. Защита брендов.
28. Фальсификация и имитация брендов.
29. Мировой опыт охраны и защиты торговых марок: принципы, формы, особенности.
30. Регулирование прав интеллектуальной собственности в России.

### **Практические задания к зачету**

1. Составьте прототип бизнес-плана по внедрению нового продукта на примере 5 возражений. Проанализируйте заданное условие. Опишите целевую аудиторию, составьте портрет потребителя. Кейс для нового продукта прилагается.
2. Проведите маркетинговый анализ и составьте колесо бренда по заданному кейсу для компаний: Nestle. Кейс к каждой компании прилагается.
3. Проведите маркетинговый анализ и составьте колесо бренда по заданному кейсу для компаний: Nike. Кейс к каждой компании прилагается.
4. Проведите маркетинговый анализ и составьте колесо бренда по заданному кейсу для компаний: Pierre Cardin. Кейс к каждой компании прилагается.
5. Проведите маркетинговый анализ и составьте колесо бренда по заданному кейсу для компаний: Gucci. Кейс к каждой компании прилагается.
6. Проведите маркетинговый анализ и составьте колесо бренда по заданному кейсу для компаний: Adidas. Кейс к каждой компании прилагается.
7. Проведите маркетинговый анализ и составьте колесо бренда по заданному кейсу для компаний: Nestle, Nike, Pierre Cardin, Gucci, Adidas, Estee Lauder, Oreo, Кейс к каждой компании прилагается.
8. Проведите маркетинговый анализ и составьте колесо бренда по заданному кейсу для компаний: Estee Lauder. Кейс к каждой компании прилагается.

9. Проведите маркетинговый анализ и составьте колесо бренда по заданному кейсу для компаний: Oreo. Кейс к каждой компании прилагается.

**Критерии оценивания промежуточной аттестации: зачет**

Оценка	Критерии оценивания по зачету
«зачтено»	заслуживает обучающийся, полностью или практически полностью освоивший знания, умения, компетенции и теоретический материал, учебные задания не оценены максимальным числом баллов, в основном сформировал практические навыки.
«не зачтено»:	заслуживает обучающийся, не освоивший знания, умения, компетенции и теоретический материал, учебные задания не выполнил, практические навыки не сформированы.

Оценочные средства для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья выбираются с учетом их индивидуальных психофизических особенностей.

– при необходимости инвалидам и лицам с ограниченными возможностями здоровья предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на экзамене;

– при проведении процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предусматривается использование технических средств, необходимых им в связи с их индивидуальными особенностями;

– при необходимости для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов процедура оценивания результатов обучения по дисциплине может проводиться в несколько этапов.

Процедура оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по дисциплине (модулю) предусматривает предоставление информации в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

- в печатной форме увеличенным шрифтом,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями слуха:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

**5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)**

Дисциплина реализуется посредством проведения контактной работы с обучающимися (включая проведение текущего контроля успеваемости), самостоятельной работы обучающихся и промежуточной аттестации.

При проведении учебных занятий по дисциплине обеспечивается развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств (включая проведение интерактивных лекций, групповых дискуссий, ролевых игр, тренингов, анализ ситуаций и имитационных моделей, преподавание дисциплины в форме курса, составленного на основе результатов научных исследований, проводимых институтом, в

том числе с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей).

**Результат обучения считается сформированным**, если теоретическое содержание курса освоено полностью; при устных собеседованиях обучающийся исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно излагает учебный материал; свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами заданий, требующих применения знаний, использует в ответе дополнительный материал; все предусмотренные рабочей учебной программой задания выполнены в соответствии с установленными требованиями, обучающийся способен анализировать полученные результаты; проявляет самостоятельность при выполнении заданий.

**Результат обучения считается несформированным**, если обучающийся при выполнении заданий не демонстрирует знаний учебного материала, допускает ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет задания, не демонстрирует необходимых умений, качество выполненных заданий не соответствует установленным требованиям.

#### **Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины на занятиях лекционного типа**

Лекционный курс предполагает систематизированное изложение основных вопросов тематического плана. В ходе лекционных занятий раскрываются базовые вопросы в рамках каждой темы дисциплины. Обозначаются ключевые аспекты тем, а также делаются акценты на наиболее сложные и важные положения изучаемого материала. Материалы лекций являются опорной основой для подготовки обучающихся к практическим занятиям и выполнения заданий самостоятельной работы, а также к мероприятиям текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине.

В ходе лекционных занятий необходимо вести конспектирование учебного материала. Возможно ведение конспекта лекций в виде интеллект-карт.

#### **Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины на занятиях практического типа**

Практические (семинарские) занятия представляют собой детализацию лекционного теоретического материала, проводятся в целях закрепления курса и охватывают все основные разделы. Основной формой проведения семинаров и практических занятий является обсуждение наиболее проблемных и сложных вопросов по отдельным темам, а также решение задач и разбор примеров и ситуаций в аудиторных условиях.

Практические (семинарские) занятия обучающихся обеспечивают:

- проверку и уточнение знаний, полученных на лекциях;
- получение умений и навыков составления докладов и сообщений, обсуждения вопросов по учебному материалу дисциплины;
- подведение итогов занятий по рейтинговой системе, согласно технологической карте дисциплины.

#### **Методические указания по самостоятельной работе обучающихся**

Самостоятельная работа обеспечивает подготовку обучающегося к аудиторным занятиям и мероприятиям текущего контроля и промежуточной аттестации по изучаемой дисциплине. Результаты этой подготовки проявляются в активности обучающегося на занятиях и в качестве выполненных практических заданий и других форм текущего контроля.

При выполнении заданий для самостоятельной работы рекомендуется проработка материалов лекций по каждой пройденной теме, а также изучение рекомендуемой литературы.

В освоении дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья большое значение имеет индивидуальная учебная работа (консультации) –

дополнительное разъяснение учебного материала.

Индивидуальные консультации по предмету являются важным фактором, способствующим индивидуализации обучения и установлению воспитательного контакта между преподавателем и обучающимся инвалидом или лицом с ограниченными возможностями здоровья.

#### **6. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение по дисциплине (модулю)**

##### **Основная литература:**

1. Морозова, А.Л., Технология создания и развитие личного бренда для специалистов, экспертов, предпринимателей: учебное пособие / А.Л. Морозова. — Москва : Русайнс, 2022. — 102 с. — ISBN 978-5-4365-9018-9. — URL:<https://book.ru/book/942728>
2. Факторный анализ как метод исследования бренда : монография / К.А. Аржанова, Г.В. Довжик, П.О. Щукина [и др.]. — Москва : Русайнс, 2021. — 125 с. — ISBN 978-5-4365-8879-7. — URL:<https://book.ru/book/942348>

##### **Дополнительная литература**

3. Мкртчян, С.В., Креативные управленческие решения на основе анализа данных и бренд-дизайна : монография / С.В. Мкртчян, М.В. Холод. — Москва : Русайнс, 2020. — 154 с. — ISBN 978-5-4365-5547-8. — URL:<https://book.ru/book/938098>
4. Герасименко В.В. Бренд-менеджмент : учебное пособие / Герасименко В.В., Очковская М.С. — Москва : МГУ, 2016. — 100 с. — ISBN 978-5-906783-35-6. — URL:<https://book.ru/book/938493>

#### **Интернет-ресурсы, в том числе современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы**

##### **Электронно-библиотечные системы (ЭБС) и базы данных**

Доступ к ЭБС предоставляется из любой точки, в которой имеется доступ к сети «Интернет», как на территории Института, так и вне ее (удаленный доступ).

1. Образовательная платформа «ЮРАЙТ» - URL: <https://urait.ru/>
2. Электронно-библиотечная система «BOOK.ru» - URL: <https://www.book.ru>.
3. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU - URL: <https://elibrary.ru> (крупнейшая российская база научных публикаций, доступ к рефератам и полным текстам статей).
4. КиберЛенинка - URL: <https://cyberleninka.ru> (научная электронная библиотека открытого доступа).

##### **Информационные справочные системы**

Справочная правовая система «Консультант Плюс» - доступ по локальной сети с компьютеров библиотеки и компьютерных классов.

##### **Профессиональные базы данных и ресурсы свободного доступа**

##### **Официальные органы государственной власти и управления**

1. Министерство науки и высшего образования Российской Федерации - URL: <https://www.minobrnauki.gov.ru/>.
2. Министерство экономического развития Российской Федерации - URL: <https://www.economy.gov.ru/>.
3. Федеральная служба государственной статистики (Росстат) - URL: <https://rosstat.gov.ru/>.
4. Федеральный портал «Российское образование» - URL: <http://www.edu.ru/>.
5. Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов (ФЦИОР) - URL: <http://fcior.edu.ru/>.

6. Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов - URL: <http://school-collection.edu.ru/>.

**Профессиональные сообщества, ассоциации и специализированные порталы**

1. Ассоциация Менеджеров России - URL: <https://amr.ru/> (ведущее деловое объединение, профессиональное развитие сообщества менеджеров).

2. Федеральный образовательный портал «Экономика. Социология. Менеджмент» - URL: <http://ecsocman.hse.ru/>.

3. Портал «Мой бизнес» (Поддержка малого и среднего предпринимательства) - URL: <https://xn--90aifddrld7a.xn--p1ai/>.

4. База данных «Библиотека управления» (Корпоративный менеджмент) - URL: <https://www.cfin.ru/rubricator.shtml>.

**Международные научные и академические ресурсы (открытый доступ)**

1. IEEE Xplore - URL: <https://ieeexplore.ieee.org/> (доступ к книгам, статьям и материалам конференций, в том числе по менеджменту и управлению).

2. Wiley Online Library - URL: <https://onlinelibrary.wiley.com/> (коллекция журналов и книг по направлению «Business & Management»).

3. Архив журналов РАН (Издательство «Наука») - URL: <http://www.libnauka.ru> (открытый доступ к архивам журналов Российской академии наук, включая экономические и управленческие издания).

**Образовательные и справочные порталы**

1. Проект Государственного института русского языка им. А.С. Пушкина «Образование на русском» - URL: <https://pushkininstitute.ru/>.

2. Справочно-информационный портал «Грамота.ру» - URL: <http://gramota.ru/>.

3. Словари и энциклопедии на Академикe - URL: <https://dic.academic.ru/>.

4. Образовательный портал «Учеба» - URL: <http://www.ucheba.com/>.

**Комплект лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения:**

1. LibreOffice - офисный пакет
2. PDFedit – программа для работы с pdf
3. Yandex Browser – браузер
4. Менеджер архивов
5. Libre Base – программа для работы с БД
6. Inkscape – ПО для компьютерной графики
7. DIA – ПО для блока схем и диаграмм
8. GiMP - Программа обработки изображений

**Перечень материально-технического обеспечения включает:**

учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий практического (семинарского) типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы оснащенные компьютерной техникой с подключением к сети "Интернет" и доступом в электронную информационно-образовательную среду Института.

Наименование помещения. Перечень основного оборудования	Адрес
Учебная аудитория № 216 Учебная аудитория для проведения занятий лекционного и практического типа, выполнения курсовых работ, групповых и индивидуальных	350002, Краснодарский край, г. Краснодар, Центральный внутригородской округ, ул. им. Леваневского, д. 187/1

**ОБЩИЙ ПРОФИЛЬ**  
**38.03.02 Менеджмент**  
**2025 год набора**

<p>консультаций, текущего контроля, промежуточной и итоговой аттестации.</p> <p>Оборудование: рабочее место преподавателя (1); рабочие места обучающихся (36); ноутбук с лицензионным ПО (LibreOffice) и возможностью выхода в интернет (1); мультимедийное оборудование (1); доска учебная (1); книжный шкаф (1); сплит-система(1); учебно-наглядные пособия; доступ в электронную информационно-образовательную среду Института.</p>	
<p>Аудитория № 218 Помещение для самостоятельной работы обучающихся</p> <p>Оборудование: рабочие места обучающихся (17); персональный компьютер с лицензионным ПО и возможностью выхода в Интернет (17); книжный шкаф (1); сплит-система (1); учебно-наглядные пособия; доступ в электронную информационно-образовательную среду Института.</p>	<p>350002, Краснодарский край, г. Краснодар, Центральный внутригородской округ, ул. им. Леваневского, д. 187/1</p>