




**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«ИРКУТСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
ФГБОУ ВО «ИГУ»

Кафедра рекламы

УТВЕРЖДАЮ
Декан факультета сервиса и рекламы

В.К. Карнаухова

«20» мая 2020 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля)

Наименование дисциплины (модуля) **Б1.В.11 Брендинг**
(индекс дисциплины по учебному плану, наименование дисциплины (модуля)).
Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(код, наименование направления подготовки)
Направленность (профиль) подготовки: **Анимация и мультимедиа в рекламе и связях с общественностью**
Квалификация выпускника – бакалавр
Форма обучения: очная
(очная, заочная (с использованием электронного обучения и дистанционных образовательных технологий), очно-заочная (с использованием электронного обучения и дистанционных образовательных технологий)*)*

Согласовано с УМК факультета
сервиса и рекламы

Протокол № 10 от «20» мая 2020 г.

Председатель  В.К. Карнаухова

Рекомендовано кафедрой рекламы :

Протокол № 8 от «12» мая 2020 г.

зав. кафедрой  В.Ю. Рабинович

СОДЕРЖАНИЕ

	<i>стр.</i>
I. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	3
II. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО	3
III. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ.....	3
IV. СОДЕРЖАНИЕ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ	4
4.1 Содержание дисциплины, структурированное по темам, с указанием видов учебных занятий и СРСотведенного на них количества академических часов	4
4.2 План внеаудиторной самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.	7
4.3 Содержание учебного материала	9
4.3.1. Перечень семинарских, практических занятий и лабораторных работ ..	10
4.3.2. Перечень тем (вопросов), выносимых на самостоятельное изучение самостоятельной работы студентов	12
4.4. Методические указания по организации самостоятельной работы студентов	12
4.5. Примерная тематика курсовых работ (проектов).....	19
V. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	19
а) основная литература	19
б) дополнительная литература.....	19
г) базы данных, информационно-справочные и поисковые системы.....	20
VI. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....	20
6.1. Учебно-лабораторное оборудование:	20
6.2. Программное обеспечение:	22
6.3. Технические и электронные средства:.....	22
VII. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ	23
VIII. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ	25
8.1. Оценочные средства текущего контроля.....	25
8.2. Оценочные средства для промежуточной аттестации	26

I. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Цели: Сформировать у обучающихся комплекс теоретических знаний и практических навыков в области брендинга, достаточный для того, чтобы работать в сфере бренд-менеджмента, создавать и выводить на рынок бренды товаров, услуг, компаний, территорий, участвовать в управлении брендами..

Задачи: рассмотреть различные подходы к понятиям «бренд» и «брендинг»; изучить место брендинга в маркетинговой деятельности; рассмотреть структуру идентичности и различные модели бренда; изучить цикл создания брендов и стратегии управления ими; рассмотреть качественные и количественные методы оценки торговой марки.

II. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

2.1. Учебная дисциплина (модуль) «Брендинг» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений Блок 1. Дисциплины (модули)

Дисциплина предназначена для закрепления знаний и умений в сфере брендинга и отработки практических навыков в области создания бренда и управления брендами.

Наименования дисциплин, необходимых для освоения данной учебной дисциплины: Б1.О.14 Культурология, Б1.О.21 Основы интегрированных коммуникаций, Б1.В.02 Основы презентации в компьютерных технологиях, Б1.В.06 Креативные решения в рекламе и связях с общественностью, Б1.В.08 Методы поиска творческих идей. Б1.О.27 Маркетинг Б1.О.25 Копирайтинг, Б1.О.29 Организация рекламных и пиар-кампаний, Б1.О.31 Маркетинговые исследования.

Знания и навыки, полученные обучающимися в курсе дисциплины, могут оказаться полезными при изучении следующих предметов: Б1.О.30 Цифровой маркетинг, Б1.О.32 Реклама и связи с общественностью в сфере применения, Б1.В.17 Технология производства коммуникативного продукта.

2.2. Для изучения данной учебной дисциплины (модуля) необходимы знания, умения и навыки, формируемые предшествующими дисциплинами: Б1.О.14 Культурология, Б1.О.21 Основы интегрированных коммуникаций, Б1.В.02 Основы презентации в компьютерных технологиях, Б1.В.06 Креативные решения в рекламе и связях с общественностью, Б1.В.08 Методы поиска творческих идей. Б1.О.27 Маркетинг Б1.О.25 Копирайтинг, Б1.О.29 Организация рекламных и пиар-кампаний, Б1.О.31 Маркетинговые исследования.

2.3. Перечень последующих учебных дисциплин, для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые данной учебной дисциплиной: Б1.О.30 Цифровой маркетинг, Б1.О.32 Реклама и связи с общественностью в сфере применения, Б1.В.17 Технология производства коммуникативного продукта.

III. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Процесс освоения дисциплины направлен на формирование компетенций (элементов следующих компетенций) в соответствии с ФГОС ВО и ОП ВО по данному направлению подготовки:

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с индикаторами достижения компетенций

Компетенция	Индикаторы компетенций	Результаты обучения
--------------------	-------------------------------	----------------------------

ПК-1 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	ПК-1.1	Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью
	ПК-1.2	Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии
	ПК-1.3	Участствует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры
ПК-2 Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	ПК-2.1	Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта
	ПК-2.2	Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта
	ПК-2.3	Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами

IV. СОДЕРЖАНИЕ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единиц, 144 часов, 36 часов на экзамен.

Форма промежуточной аттестации: Экз

4.1 Содержание дисциплины, структурированное по темам, с указанием видов учебных занятий и отведенного на них количества академических часов

№ п/п	Раздел дисциплины/темы	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся и трудоемкость (в часах)				Самостоятельная работа	Формы текущего контроля успеваемости; Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Контактная работа преподавателя с обучающимися			Самостоятельная работа		
			Лекции	Семинарские (практические занятия)	Консультации			
		6	18	36		54	Экз	
1	<p><u>Введение в брендинг.</u> Брендинг в исторической перспективе. Предпосылки формирования института брендинга и стадии его развития. Роль брендов в жизни современного человека. Тренды 2021.</p> <p>Основные понятия брендинга. Терминология брендинга. Свойства бренда. Место брендинга в маркетинговой деятельности. Преимущества бренда для владельцев. Преимущества бренда для потребителей. Признаки устойчивого бренда.</p>	6	2	4		4		
2	<p><u>Создание нового товара.</u> Типы новых продуктов. Процесс создания нового товара. Осознание проблемы. Требования к продукту. Анализ внутренних и внешних возможностей. Генерация и отбор идей. Развитие идеи и разработка концепции. Тестирование. Программа запуска. Тест-маркет. Коммерческий запуск. Процесс создания нового товара и цикл создания бренда.</p>	6	2	2		4		
3	<p><u>Цикл создания бренда (по Brand Aid).</u> Начальная идея.</p>	6	6	16		22		

№ п/п	Раздел дисциплины/темы	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся и трудоемкость (в часах)				Самостоятельная работа	Формы текущего контроля успеваемости; Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Контактная работа преподавателя с обучающимися			Самостоятельная работа		
			Лекции	Семинарские (практические занятия)	Консультации			
	Исследование. Сегментирование. Таргетирование. Позиционирование. Модели бренда. Суть бренда. Нейминг. Фирменный стиль. Модель бренда и платформа бренда. Бренд-бук и его структура. Философия: миссия, видение, ценности. Мотивация целевой аудитории, позиционирование. Разработка коммуникаций. Передача бренда сотрудникам и потребителям.							
4	<u>Управление брендами.</u> Классификация брендов. Основные компоненты архитектуры брендов. Стратегические решения в брендинге. Расширение брендов. Собственные марки. Франчайзинг. Капитализация бренда. Методы оценки стоимости бренда. Перспективы и инновации в брендинге.	6	6	12		18		
5	Бренд территории. Бренд личности.		2	2		6		
	Итого часов		18	36		54	36	

4.2 План внеаудиторной самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Семестр	Название раздела, темы	Самостоятельная работа обучающихся			Оценочное средство	Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы
		Вид самостоятельной работы	Сроки выполнения	Затраты времени (час.)		
6	<p><u>Введение в брендинг.</u> Брендинг в исторической перспективе. Предпосылки формирования института брендинга и стадии его развития. Роль брендов в жизни современного человека. Тренды 2021.</p> <p>Основные понятия брендинга. Терминология брендинга. Свойства бренда. Место брендинга в маркетинговой деятельности. Преимущества бренда для владельцев. Преимущества бренда для потребителей. Признаки устойчивого бренда.</p>	<p>Для овладения знаниями: чтение текста учебного пособия, дополнительной литературы; составление схем и таблиц по тексту, конспектирование текста; выписки из текста; использование аудио- и видеозаписей, компьютерной техники и Интернета и др.;</p> <p>Для закрепления и систематизации знаний: работа с конспектом лекции; составление плана и тезисов ответа; составление таблиц для систематизации учебного материала; ответы на контрольные вопросы; подготовка сообщений к выступлению на семинаре;</p> <p>Для формирования умений: решение ситуационных задач; рефлексивный анализ профессиональных умений с использованием аудио- и видеотехники и др.</p>	февраль	4	Проектная работа, презентация, обсуждение, контрольная работа	<p>1.Рожков И. Я. Брендинг</p> <p>2.Перция В.М. Анатомия бренда</p> <p>3.Домнин В.Н. Брендинг</p>
	<p>Создание нового товара. Типы новых продуктов. Процесс создания нового товара. Осознание проблемы. Требования к продукту. Анализ внутренних и внешних возможностей. Генерация и отбор идей. Развитие идеи и разработка концепции. Тестирование. Программа запуска. Тест-маркет. Коммерческий запуск. Процесс создания нового товара и цикл создания бренда.</p>	<p>Для овладения знаниями: чтение текста учебного пособия, дополнительной литературы; составление схем и таблиц по тексту, конспектирование текста; выписки из текста; использование аудио- и видеозаписей, компьютерной техники и Интернета и др.;</p> <p>Для закрепления и систематизации знаний: работа с конспектом лекции; составление плана и тезисов ответа; составление таблиц для систематизации учебного материала; ответы на контрольные вопросы; подготовка сообщений к выступлению на семинаре;</p> <p>Для формирования умений: решение ситуационных задач; рефлексивный анализ профессиональных умений с использованием аудио- и видеотехники и др.</p>	Февраль	4	Проектная работа, презентация, обсуждение,	<p>1.Перция В.М. Анатомия бренда</p> <p>2.Карпова С. В .Брендинг</p> <p>3. Домнин В. Н. Брендинг</p>

Семестр	Название раздела, темы	Самостоятельная работа обучающихся			Оценочное средство	Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы
		Вид самостоятельной работы	Сроки выполнения	Затраты времени (час.)		
	Цикл создания бренда (по Brand Aid). Начальная идея. Исследование. Сегментирование. Таргетирование. Позиционирование. Модели бренда. Суть бренда. Нейминг. Фирменный стиль. Модель бренда и платформа бренда. Бренд-бук и его структура. Философия: миссия, видение, ценности. Мотивация целевой аудитории, позиционирование. Разработка коммуникаций. Передача бренда сотрудникам и потребителям.	<p>Для овладения знаниями: чтение текста учебного пособия, дополнительной литературы; составление схем и таблиц по тексту, конспектирование текста; выписки из текста; использование аудио- и видеозаписей, компьютерной техники и Интернета и др.;</p> <p>Для закрепления и систематизации знаний: работа с конспектом лекции; составление плана и тезисов ответа; составление таблиц для систематизации учебного материала; ответы на контрольные вопросы; подготовка сообщений к выступлению на семинаре;</p> <p>Для формирования умений: решение ситуационных задач; рефлексивный анализ профессиональных умений с использованием аудио- и видеотехники и др.</p>	Март - апрель	22	Проектная работа, презентация, обсуждение,	<p>1.Перция В.М. Анатомия бренда</p> <p>2.Рожков И. Я. Брендинг</p> <p>3.Музыкант В. Л. Формирование бренда средствами рекламы и PR</p> <p>4.О'Туинн, Томас С. Реклама и продвижение бренда : научное издание</p>
	Управление брендами. Классификация брендов. Основные компоненты архитектуры брендов. Стратегические решения в брендинге. Расширение брендов. Собственные марки. Франчайзинг. Капитализация бренда. Методы оценки стоимости бренда. Перспективы и инновации в брендинге.	<p>Для овладения знаниями: чтение текста учебного пособия, дополнительной литературы; составление схем и таблиц по тексту, конспектирование текста; выписки из текста; использование аудио- и видеозаписей, компьютерной техники и Интернета и др.;</p> <p>Для закрепления и систематизации знаний: работа с конспектом лекции; составление плана и тезисов ответа; составление таблиц для систематизации учебного материала; ответы на контрольные вопросы; подготовка сообщений к выступлению на семинаре;</p> <p>Для формирования умений: решение ситуационных задач; рефлексивный анализ профессиональных умений с использованием аудио- и видеотехники и др.</p>	Апрель	18	Проектная работа, презентация, обсуждение, контрольная работа	<p>1.Рожков И. Я. Брендинг</p> <p>2.Карпова С. В .Брендинг</p> <p>3. Домнин В. Н. Брендинг</p>

Семестр	Название раздела, темы	Самостоятельная работа обучающихся			Оценочное средство	Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы
		Вид самостоятельной работы	Сроки выполнения	Затраты времени (час.)		
	Бренд территории. Бренд личности.	<p>Для овладения знаниями: чтение текста учебного пособия, дополнительной литературы; составление схем и таблиц по тексту, конспектирование текста; выписки из текста; использование аудио- и видеозаписей, компьютерной техники и Интернета и др.;</p> <p>Для закрепления и систематизации знаний: работа с конспектом лекции; составление плана и тезисов ответа; составление таблиц для систематизации учебного материала; ответы на контрольные вопросы; подготовка сообщений к выступлению на семинаре;</p> <p>Для формирования умений: решение ситуационных задач; рефлексивный анализ профессиональных умений с использованием аудио- и видеотехники и др.</p> <p>Подготовка к экзамену</p>	Апрель	6	Проектная работа, презентация, обсуждение,	1. Домнин В. Н. Бренддинг 2. Годин А. М. Бренддинг
Общая трудоемкость самостоятельной работы по дисциплине (час)				54		
Из них объем самостоятельной работы с использованием электронного обучения и дистанционных образовательных технологий (час)				54		
Бюджет времени самостоятельной работы, предусмотренный учебным планом для данной дисциплины (час)				54		

4.3 Содержание учебного материала

Трудоемкость дисциплины (з.е.)	4
Наименование основных разделов (модулей)	<p>1. Введение в бренддинг. Бренддинг в исторической перспективе. Роль брендов в жизни современного человека. Тренды 2021. Основные понятия бренддинга. Терминология бренддинга. Свойства бренда. Место бренддинга в маркетинговой деятельности. Преимущества бренда</p> <p>2. Создание нового товара. Типы новых продуктов. Процесс создания нового товара. Осознание проблемы. Требования к продукту. Анализ внутренних и внешних возможностей. Генерация и отбор идей. Развитие идеи и разработка концепции. Тестирование. Программа запуска. Тест-маркет. Коммерческий запуск. Процесс создания нового товара и цикл создания бренда.</p> <p>3. Цикл создания бренда (по Brand Aid). Начальная идея. Исследование. Сегментирование. Таргетирование. Позиционирование.</p> <p>Модели бренда. Суть бренда.</p> <p>Нейминг. Фирменный стиль.</p>

	<p>Модель бренда и платформа бренда. Бренд-бук и его структура. Философия: миссия, видение, ценности. Мотивация целевой аудитории, позиционирование. Разработка коммуникаций. Передача бренда сотрудникам и потребителям.</p> <p>4. Управление брендами. Классификация брендов. Основные компоненты архитектуры брендов. Стратегические решения в брендинге. Расширение брендов. Собственные марки. Франчайзинг. Капитализация бренда. Методы оценки стоимости бренда. Перспективы и инновации в брендинге.</p> <p>5. Бренд территории. Бренд личности.</p>
Формы текущего контроля	тесты, контрольные работы, практические занятия
Форма промежуточной аттестации	Экз

4.3.1. Перечень семинарских, практических занятий и лабораторных работ

№ п/п	№ раздела и темы дисциплины (модуля)	Наименование семинаров, практических и лабораторных работ	Трудоемкость (час.)	Оценочные средства	Формируемые компетенции
1	<p>Введение в брендинг. Брендинг в исторической перспективе. Роль брендов в жизни современного человека. Тренды 2021. Основные понятия брендинга. Терминология брендинга. Свойства бренда. Место брендинга в маркетинговой деятельности. Преимущества бренда</p>	<p>1. Роль брендов в жизни современного человека.</p> <p>2. Тренды 2021.</p>	4	<p>Проектная работа, презентация, обсуждение, контрольная работа</p>	<p>ПК-1</p> <p>ПК-2</p>
2	<p>Создание нового товара. Типы новых продуктов. Процесс создания нового товара. Осознание проблемы. Требования к продукту. Анализ внутренних и внешних возможностей. Генерация и отбор идей.</p>	3. Создание идеи для бизнеса	2	<p>Проектная работа, презентация, обсуждение,</p>	<p>ПК-1</p> <p>ПК-2</p>

	<p>Развитие идеи и разработка концепции. Тестирование. Программа запуска. Тест-маркет. Коммерческий запуск. Процесс создания нового товара и цикл создания бренда.</p>				
3	<p>Цикл создания бренда (по Brand Aid). Начальная идея. Исследование. Сегментирование. Таргетирование. Позиционирование. Модели бренда. Суть бренда. Нейминг. Фирменный стиль. Модель бренда и платформа бренда. Бренд-бук и его структура. Философия: миссия, видение, ценности. Мотивация целевой аудитории, позиционирование. Разработка коммуникаций. Передача бренда сотрудникам и потребителям.</p>	<p>4. Начальная идея. Исследование. Сегментирование. Таргетирование. Позиционирование. 5. Модели бренда. Суть бренда. 6. Нейминг. 7. Фирменный стиль. 8. Модель бренда и платформа бренда. Бренд-бук и его структура. 9. Философия: миссия, видение, ценности. Мотивация целевой аудитории, позиционирование. 10. Разработка коммуникаций. 11. Передача бренда сотрудникам и потребителям.</p>	16	<p>Проектная работа, презентация, обсуждение,</p>	<p>ПК-1 ПК-2</p>
4	<p>Управление брендами. Классификация брендов. Основные компоненты архитектуры брендов. Стратегические решения в брендинге. Расширение брендов. Собственные марки. Франчайзинг. Капитализация бренда. Методы оценки стоимости бренда. Перспективы и инновации в брендинге.</p>	<p>12. План развития созданного бренда 13. Архитектура брендов 14. Стратегические решения в брендинге: расширение бренда 15. Стратегические решения в брендинге: собственные марки и франчайзинг. 16. Капитализация бренда. Методы оценки стоимости бренда. 17. Перспективы и инновации в брендинге.</p>	12	<p>Проектная работа, презентация, обсуждение, контрольная работа</p>	<p>ПК-1 ПК-2</p>

5	Бренд территории. Бренд личности.	18.Бренд личности	2	Проектная работа, презентация, обсуждение,	ПК-1 ПК-2

4.3.2. Перечень тем (вопросов), выносимых на самостоятельное изучение самостоятельной работы студентов

№ п/п	Тема	Задание	Формируемая компетенция	ИДК

4.4. Методические указания по организации самостоятельной работы студентов

Самостоятельная работа студентов всех форм и видов обучения является одним из обязательных видов образовательной деятельности, обеспечивающей реализацию требований Федеральных государственных стандартов высшего профессионального образования. Согласно требованиям нормативных документов самостоятельная работа студентов является обязательным компонентом образовательного процесса, так как она обеспечивает закрепление получаемых на лекционных занятиях знаний путем приобретения навыков осмысления и расширения их содержания, навыков решения актуальных проблем формирования общекультурных и профессиональных компетенций, научно-исследовательской деятельности, подготовки к семинарам, лабораторным работам, сдаче зачетов и экзаменов. Самостоятельная работа студентов представляет собой совокупность аудиторных и внеаудиторных занятий и работ. Самостоятельная работа в рамках образовательного процесса в вузе решает следующие задачи:

- закрепление и расширение знаний, умений, полученных студентами во время аудиторных и внеаудиторных занятий, превращение их в стереотипы умственной и физической деятельности;
- приобретение дополнительных знаний и навыков по дисциплинам учебного плана;
- формирование и развитие знаний и навыков, связанных с научно-исследовательской деятельностью;
- развитие ориентации и установки на качественное освоение образовательной программы;
- развитие навыков самоорганизации;
- формирование самостоятельности мышления, способности к саморазвитию, самосовершенствованию и самореализации;
- выработка навыков эффективной самостоятельной профессиональной теоретической, практической и учебно-исследовательской деятельности.

Подготовка к лекции. Качество освоения содержания конкретной дисциплины прямо зависит от того, насколько студент сам, без внешнего принуждения формирует у себя установку на получение на лекциях новых знаний, дополняющих уже имеющиеся по данной дисциплине. Время на подготовку студентов к двухчасовой лекции по нормативам составляет не менее 0,2 часа.

Подготовка к практическому занятию. Подготовка к практическому занятию включает следующие элементы самостоятельной деятельности: четкое представление цели

и задач его проведения; выделение навыков умственной, аналитической, научной деятельности, которые станут результатом предстоящей работы. Выработка навыков осуществляется с помощью получения новой информации об изучаемых процессах и с помощью знания о том, в какой степени в данное время студент владеет методами исследовательской деятельности, которыми он станет пользоваться на практическом занятии. Подготовка к практическому занятию нередко требует подбора материала, данных и специальных источников, с которыми предстоит учебная работа. Студенты должны дома подготовить к занятию 3–4 примера формулировки темы исследования, представленного в монографиях, научных статьях, отчетах. Затем они самостоятельно осуществляют поиск соответствующих источников, определяют актуальность конкретного исследования процессов и явлений, выделяют основные способы доказательства авторами научных работ ценности того, чем они занимаются. В ходе самого практического занятия студенты сначала представляют найденные ими варианты формулировки актуальности исследования, обсуждают их и обосновывают свое мнение о наилучшем варианте. Время на подготовку к практическому занятию по нормативам составляет не менее 0,2 часа.

Подготовка к семинарскому занятию. Самостоятельная подготовка к семинару направлена: на развитие способности к чтению научной и иной литературы; на поиск дополнительной информации, позволяющей глубже разобраться в некоторых вопросах; на выделение при работе с разными источниками необходимой информации, которая требуется для полного ответа на вопросы плана семинарского занятия; на выработку умения правильно выписывать высказывания авторов из имеющихся источников информации, оформлять их по библиографическим нормам; на развитие умения осуществлять анализ выбранных источников информации; на подготовку собственного выступления по обсуждаемым вопросам; на формирование навыка оперативного реагирования на разные мнения, которые могут возникать при обсуждении тех или иных научных проблем. Время на подготовку к семинару по нормативам составляет не менее 0,2 часа.

Подготовка к семинару-конференции. Семинар-конференция проводится 1–3 раза в семестр, предполагает достаточно длительную самостоятельную подготовку студентов, изучающих какую-либо конкретную научную проблему. При его проведении сочетаются виды деятельности, соответствующие обычному семинарскому занятию и научной конференции, которая предусматривает организованное обсуждение докладов разных исследователей по определенному кругу проблем. В процессе самостоятельной подготовки к семинару-конференции студенту необходимо изучить 2–3 источника (монографии, статьи), в которых раскрыты теоретические подходы к обсуждаемому вопросу и представлены материалы эмпирических исследований. Выступающий должен быть готов ответить на вопросы всех присутствующих по теме своего доклада. После каждого выступления проводится обсуждение представленных научных воззрений разных исследователей. Готовность к такой аналитической коллективной работе обеспечивается просмотром каждым студентов тех основных работ, которые преподаватель рекомендовал прочитать к семинару-конференции. Время на подготовку к семинару-конференции по нормативам составляет не менее 0,4 часа.

Подготовка к коллоквиуму. Коллоквиум представляет собой коллективное обсуждение раздела дисциплины на основе самостоятельного изучения этого раздела студентами. Подготовка к данному виду учебных занятий осуществляется в следующем порядке. Преподаватель дает список вопросов, ответы на которые следует получить при изучении определенного перечня научных источников. Студентам во внеаудиторное время необходимо прочитать специальную литературу, выписать из нее ответы на вопросы, которые будут обсуждаться на коллоквиуме, мысленно сформулировать свое мнение по каждому из вопросов, которое они выскажут на занятии. Время на подготовку к коллоквиуму по нормативам составляет не менее 0,2 часа.

Подготовка к контрольной работе. Контрольная работа назначается после

изучения определенного раздела (разделов) дисциплины и представляет собой совокупность развернутых письменных ответов студентов на вопросы, которые они заранее получают от преподавателя. Самостоятельная подготовка к контрольной работе включает в себя: — изучение конспектов лекций, раскрывающих материал, знание которого проверяется контрольной работой; повторение учебного материала, полученного при подготовке к семинарским, практическим занятиям и во время их проведения; изучение дополнительной литературы, в которой конкретизируется содержание проверяемых знаний; составление в мысленной форме ответов на поставленные в контрольной работе вопросы; формирование психологической установки на успешное выполнение всех заданий. Время на подготовку к контрольной работе по нормативам составляет 2 часа.

Подготовка к зачету (в том числе к дифференцированному при отсутствии экзамена по дисциплине). Самостоятельная подготовка к зачету должна осуществляться в течение всего семестра. Подготовка включает следующие действия: перечитать все лекции, а также материалы, которые готовились к семинарским и практическим занятиям в течение семестра, соотнести эту информацию с вопросами, которые даны к зачету, если информации недостаточно, ответы находят в предложенной преподавателем литературе. Рекомендуются делать краткие записи. Время на подготовку к зачету по нормативам составляет не менее 4 часов.

Подготовка к экзамену. Самостоятельная подготовка к экзамену схожа с подготовкой к зачету, особенно если он дифференцированный. Но объем учебного материала, который нужно восстановить в памяти к экзамену, вновь осмыслить и понять, значительно больше, поэтому требуется больше времени и умственных усилий. Важно сформировать целостное представление о содержании ответа на каждый вопрос, что предполагает знание разных научных трактовок сущности того или иного явления, процесса, умение раскрывать факторы, определяющие их противоречивость, знание имен ученых, изучавших обсуждаемую проблему. Необходимо также привести информацию о материалах эмпирических исследований, что указывает на всестороннюю подготовку студента к экзамену. Время на подготовку к экзамену по нормативам составляет 36 часов для бакалавров.

Формы внеаудиторной самостоятельной работы

Написание реферата Цель самостоятельной работы: расширение научного кругозора, овладение методами теоретического исследования, развитие самостоятельности мышления студента. Реферат (от лат. *refere* — докладывать, сообщать) — продукт самостоятельного творческого осмысления и преобразования текста первоисточника с целью получения новых сведений и существенных данных. Виды рефератов: — реферат-конспект, содержащий фактическую информацию в обобщенном виде, иллюстративный материал, различные сведения о методах исследования, результатах исследования и возможностях их применения; — реферат-резюме, содержащий только основные положения данной темы; — реферат-обзор, составляемый на основе нескольких источников, в котором сопоставляются различные точки зрения по данному вопросу; — реферат-доклад, содержащий объективную оценку проблемы; — реферат — фрагмент первоисточника, составляемый в тех случаях, когда в документе-первоисточнике можно выделить часть, раздел или фрагмент, отражающие информационную сущность документа или соответствующие задаче реферирования; — обзорный реферат, составляемый на некоторое множество документов-первоисточников и являющийся сводной характеристикой определенного содержания документов. Выполнение задания: 1) выбрать тему, если она не определена преподавателем; 2) определить источники, с которыми придется работать; 3) изучить, систематизировать и обработать выбранный материал из источников; 4) составить план; 5) написать реферат: — обосновать актуальность выбранной темы; — указать исходные данные реферируемого текста (название, где опубликован, в каком году), сведения об авторе (Ф. И. О., специальность, ученая степень, ученое звание); — сформулировать проблематику выбранной темы; — привести основные тезисы

реферлируемого текста и их аргументацию; — сделать общий вывод по проблеме, заявленной в реферате. Планируемые результаты самостоятельной работы: — способность студентов к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения; — способность логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь.

Написание эссе Цель самостоятельной работы: развитие навыков самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. Эссе — «жанр философской, литературно-критической, историко-биографической, публицистической прозы, сочетающий подчеркнуто индивидуальную позицию автора с непринужденным, часто парадоксальным изложением, ориентированным на разговорную речь». Признаки эссе: Небольшой объем — от трех до семи страниц компьютерного текста; допускается эссе до десяти страниц машинописного текста. Конкретная тема и подчеркнуто субъективная ее трактовка. Свободная композиция — важная особенность эссе. Непринужденность повествования. Использование парадоксов. Внутреннее смысловое единство. Ориентация на разговорную речь. Выполнение задания: 1) написать вступление (2–3 предложения, которые служат для последующей формулировки проблемы). 2) сформулировать проблему, которая должна быть важна не только для автора, но и для других; 3) дать комментарии к проблеме; 4) сформулировать авторское мнение и привести аргументацию; 5) написать заключение (вывод, обобщение сказанного). Планируемые результаты самостоятельной работы: способность логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь.

Подготовка доклада Цель самостоятельной работы: расширение научного кругозора, овладение методами теоретического исследования, развитие самостоятельности мышления студента. Доклад — публичное сообщение или документ, которые содержат информацию и отражают суть вопроса или исследования применительно к данной ситуации. Виды докладов: 1. Устный доклад — читается по итогам проделанной работы и является эффективным средством разъяснения ее результатов. 2. Письменный доклад: — краткий (до 20 страниц) — резюмирует наиболее важную информацию, полученную в ходе исследования; — подробный (до 60 страниц) — включает не только текстовую структуру с заголовками, но и диаграммы, таблицы, рисунки, фотографии, приложения, сноски, ссылки, гиперссылки. Выполнение задания: 1) четко сформулировать тему (например, письменного доклад); 2) изучить и подобрать литературу, рекомендуемую по теме, выделив три источника библиографической информации: — первичные (статьи, диссертации, монографии и т. д.); — вторичные (библиография, реферативные журналы, сигнальная информация, планы, граф-схемы, предметные указатели и т. д.); — третичные (обзоры, компилятивные работы, справочные книги и т. д.); 3) написать план, который полностью согласуется с выбранной темой и логично раскрывает ее; 4) написать доклад, соблюдая следующие требования: к структуре доклада — она должна включать: краткое введение, обосновывающее актуальность проблемы; основной текст; заключение с краткими выводами по исследуемой проблеме; список использованной литературы; к содержанию доклада — общие положения надо подкрепить и пояснить конкретными примерами; не пересказывать отдельные главы учебника или учебного пособия, а изложить собственные соображения по существу рассматриваемых вопросов, внести свои предложения; 5) оформить работу в соответствии с требованиями. Планируемые результаты самостоятельной работы: способность студентов анализировать результаты научных исследований и применять их при решении конкретных образовательных и исследовательских задач; готовность использовать индивидуальные креативные способности для оригинального решения исследовательских задач; способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности.

Составление глоссария Цель самостоятельной работы: повысить уровень

информационный культуры; приобрести новые знания; отработать необходимые навыки в предметной области учебного курса. Глоссарий — словарь специализированных терминов и их определений. Статья глоссария — определение термина. Содержание задания: сбор и систематизация понятий или терминов, объединенных общей специфической тематикой, по одному либо нескольким источникам. Выполнение задания: 1) внимательно прочитать работу; 2) определить наиболее часто встречающиеся термины; 3) составить список терминов, объединенных общей тематикой; 4) расположить термины в алфавитном порядке; 5) составить статьи глоссария: — дать точную формулировку термина в именительном падеже; — объемно раскрыть смысл данного термина. Планируемые результаты самостоятельной работы: способность студентов решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности.

Разработка проекта (индивидуального, группового) Цель самостоятельной работы: развитие способности прогнозировать, проектировать, моделировать. Проект — «ограниченное во времени целенаправленное изменение отдельной системы с установленными требованиями к качеству результатов, возможными рамками расхода средств и ресурсов и специфической организацией». Выполнение задания: 1) диагностика ситуации (проблематизация, целеполагание, конкретизация цели, форматирование проекта); 2) проектирование (уточнение цели, функций, задач и плана работы; теоретическое моделирование методов и средств решения задач; детальная проработка этапов решения конкретных задач; пошаговое выполнение запланированных проектных действий; систематизация и обобщение полученных результатов, конструирование предполагаемого результата, пошаговое выполнение проектных действий); 3) рефлексия (выяснение соответствия полученного результата замыслу; определение качества полученного продукта; перспективы его развития и использования). Предполагаемые результаты самостоятельной работы: готовность студентов использовать знание современных проблем науки и образования при решении образовательных и профессиональных задач; готовность использовать индивидуальные креативные способности для оригинального решения исследовательских задач; — способность прогнозировать, проектировать, моделировать.

Выполнение кейс-задания Цель самостоятельной работы: формирование умения анализировать в короткие сроки большой объем неупорядоченной информации, принятие решений в условиях недостаточной информации. Кейс-задание (англ. case — случай, ситуация) — метод обучения, основанный на разборе практических проблемных ситуаций — кейсов, связанных с конкретным событием или последовательностью событий. Виды кейсов: иллюстративные, аналитические, связанные с принятием решений. Выполнение задания: 1) подготовить основной текст с вопросами для обсуждения: — титульный лист с кратким запоминающимся названием кейса; — введение, где упоминается герой (герои) кейса, рассказывается об истории вопроса, указывается время начала действия; — основная часть, где содержится главный массив информации, внутренняя интрига, проблема; — заключение (в нем решение проблемы, рассматриваемой в кейсе, иногда может быть не завершено); 2) подобрать приложения с подборкой различной информации, передающей общий контекст кейса (документы, публикации, фото, видео и др.); 3) предложить возможное решение проблемы. Планируемые результаты самостоятельной работы: — способность студентов анализировать результаты научных исследований и применять их при решении конкретных исследовательских задач; — готовность использовать индивидуальные креативные способности для оригинального решения исследовательских задач; — способность решать нестандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий.

Составление тематического портфолио работ Цель самостоятельной работы: развитие способности к систематизации и анализу информации по выбранной теме, работе с эмпирическими данными, со способами и технологиями решения проблем. Тематическое портфолио работ — материалы, отражающие цели, процесс и результат решения какой-либо конкретной проблемы в рамках той или иной темы курса (модуля). Портфолио работ состоит из нескольких разделов (согласуются с преподавателем). Структура тематического портфолио работ: — сопроводительный текст автора портфолио с описанием цели, предназначения и краткого описания документа; — содержание или оглавление; органайзер (схемы, рисунки, таблицы, графики, диаграммы, гистограммы); лист наблюдений за процессами, которые произошли за время работы; письменные работы; видеофрагменты, компьютерные программы; рефлексивный журнал (личные соображения и вопросы студента, которые позволяют обнаружить связь между полученными и получаемыми знаниями). Выполнение задания: 1) обосновать выбор темы портфолио и дать название своей работе; 2) выбрать рубрики и дать им названия; 3) найти соответствующий материал и систематизировать его, представив в виде конспекта, схемы, кластера, интеллект-карты, таблицы; 4) составить словарь терминов и понятий на основе справочной литературы; 5) подобрать необходимые источники информации (в том числе интернет-ресурсы) по теме и написать тезисы; 6) подобрать статистический материал, представив его в графическом виде; сделать выводы; 7) подобрать иллюстративный материал (рисунки, фото, видео); 8) составить план исследования; 9) провести исследование, обработать результаты; 10) проверить наличие ссылок на источники информации. Планируемые результаты самостоятельной работы: — готовность студентов использовать индивидуальные креативные способности для оригинального решения исследовательских задач; — повышение информационной культуры студентов и обеспечение их готовности к интеграции в современное информационное пространство; — способность использовать современные способы и технологии решения проблем.

Информационный поиск Цель самостоятельной работы: развитие способности к проектированию и преобразованию учебных действий на основе различных видов информационного поиска. Информационный поиск — поиск неструктурированной документальной информации. Список современных задач информационного поиска: решение вопросов моделирования; классификация документов; фильтрация, классификация документов; проектирование архитектур поисковых систем и пользовательских интерфейсов; извлечение информации (аннотирование и реферирование документов); выбор информационно-поискового языка запроса в поисковых системах. Содержание задания по видам поиска: поиск библиографический — поиск необходимых сведений об источнике и установление его наличия в системе других источников. Ведется путем разыскания библиографической информации и библиографических пособий (информационных изданий); поиск самих информационных источников (документов и изданий), в которых есть или может содержаться нужная информация; — поиск фактических сведений, содержащихся в литературе, книге (например, об исторических фактах и событиях, о биографических данных из жизни и деятельности писателя, ученого и т. п.). Выполнение задания: 1) определение области знаний; 2) выбор типа и источников данных; 3) сбор материалов, необходимых для наполнения информационной модели; 4) отбор наиболее полезной информации; 5) выбор метода обработки информации (классификация, кластеризация, регрессионный анализ и т.д.); 6) выбор алгоритма поиска закономерностей; 7) поиск закономерностей, формальных правил и структурных связей в собранной информации; 8) творческая интерпретация полученных результатов. Планируемые результаты самостоятельной работы: — способность студентов решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности; готовность использовать знание современных проблем науки и образования при решении образовательных и

профессиональных задач. **Использование инфографики** Цель самостоятельной работы: усвоение отношений между понятиями или отдельными разделами темы с помощью инфографики. Инфографика — «область коммуникативного дизайна, в основе которой лежит графическое представление информации, связей, числовых данных и знаний» (В. В. Лаптев). Вариант задания: представить информацию по заданной теме с помощью зрительных форм — знаков, графического дизайна, рисунков, иллюстраций. Выполнение задания: 1) выбор темы; 2) сбор информации (документальной и визуальной); 3) систематизация собранной информации; 4) создание плана презентации: — классификация информации по типу; — выбор тематики действия (инструктивная, исследовательская, имитационная); — выбор коммуникативной тактики (дискуссии и дебаты для точной передачи идеи); — выбор творческой тактики (создание новых форм и подходов к изучению и представлению информации); — систематизация информации по какому-либо принципу (по алфавиту, по времени, по категориям, по иерархии); 5) создание эскиза (для печатной инфографики) и раскадровка (для интернет-инфографики); 6) планирование и работа над графикой (создание основного и второстепенных объектов). Планируемые результаты самостоятельной работы: — готовность студентов использовать индивидуальные креативные способности для оригинального решения исследовательских задач; — усвоение отношений между понятиями или отдельными разделами темы. 30 **Разработка мультимедийной презентации** Цели самостоятельной работы (варианты): — освоение (закрепление, обобщение, систематизация) учебного материала; — обеспечение контроля качества знаний; — формирование специальных компетенций, обеспечивающих возможность работы с информационными технологиями; — становление общекультурных компетенций. Мультимедийная презентация — представление содержания учебного материала, учебной задачи с использованием мультимедийных технологий. Выполнение задания: 1. Этап проектирования: — определение целей использования презентации; — сбор необходимого материала (тексты, рисунки, схемы и др.); — формирование структуры и логики подачи материала; — создание папки, в которую помещен собранный материал. 2. Этап конструирования: — выбор программы MS PowerPoint в меню компьютера; — определение дизайна слайдов; — наполнение слайдов собранной текстовой и наглядной информацией; — включение эффектов анимации и музыкального сопровождения (при необходимости); — установка режима показа слайдов (титульный слайд, включающий наименование кафедры, где выполнена работа, название презентации, город и год; содержательный — список слайдов презентации, сгруппированных по темам сообщения; заключительный слайд содержит выводы, пожелания, список литературы и пр.). 3. Этап моделирования — проверка и коррекция подготовленного материала, определение продолжительности его демонстрации. Планируемые результаты самостоятельной работы: — повышение информационной культуры студентов и обеспечение их готовности к интеграции в современное информационное пространство; — способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности; — способность к критическому восприятию, обобщению, анализу профессиональной информации, постановке цели и выбору путей ее достижения; — способность применять современные методики и технологии организации и реализации образовательного процесса на различных образовательных ступенях в различных образовательных учреждениях; — готовность использовать индивидуальные креативные способности для оригинального решения исследовательских задач. **Построение сводной (обобщающей) таблицы** Цель самостоятельной работы: усвоение отношений между понятиями или отдельными разделами темы с помощью построения таблицы. Сводная (обобщающая) таблица — концентрированное представление отношений между изучаемыми феноменами, выраженными в форме переменных. Варианты задания: — представить функциональные отношения между элементами какой-либо системы, выраженными в тексте в форме

понятий или категорий; — представить междисциплинарные связи изучаемой темы (дисциплины). Правила составления таблицы: 1) таблица должна быть выразительной и компактной, лучше делать несколько небольших по объему, но наглядных таблиц, отвечающих задаче исследования; 2) название таблицы, заглавия граф и строк следует формулировать точно и лаконично; 3) в таблице обязательно должны быть указаны изучаемый объект и единицы измерения; 4) при отсутствии каких-либо данных в таблице ставят многоточие либо пишут «Нет сведений», если какое-либо явление не имело места, то ставят тире; 5) значения одних и тех же показателей приводятся в таблице с одинаковой степенью точности; 6) таблица должна иметь итоги по группам, подгруппам и в целом; 7) если суммирование данных невозможно, то в этой графе ставят знак умножения; 8) в больших таблицах после каждых пяти строк делается промежуток для удобства чтения и анализа. Планируемые результаты самостоятельной работы: — готовность студентов использовать индивидуальные креативные способности для оригинального решения исследовательских задач; — усвоение отношений между понятиями или отдельными разделами темы.

В ФБГОУ ВО «ИГУ» организация самостоятельной работы студентов регламентируется Положением о самостоятельной работе студентов, принятым Ученым советом ИГУ 22 июня 2012 г.

4.5. Примерная тематика курсовых работ (проектов)

По данной дисциплине выполнение курсовых проектов (работ) не предусматривается.

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

а) основная литература

1. Рожков, Игорь Яковлевич. Брендинг [Текст] : учеб. для бакалавров, студ. вузов, обуч. по напр. подгот. (спец.) "Реклама и связи с общественностью" / И. Я. Рожков, В. Г. Кисмерешкин. - М. : Юрайт, 2014. - 331 с. - (Бакалавр. Углубленный курс). - ISBN 978-5- 9916-3284-3. сирфак (10)
2. Карпова С. В. Брендинг [ЭР] : учеб. и практикум для академ. бакалавриата : для студ. вузов, обуч. по экон. напр. и спец. / С. В. Карпова, И. К. Захаренко ; под ред. С. В. Карповой ; Фин. ун-т при Правительстве Рос. Фед. - 2-е изд., перераб. и доп. - М. : Юрайт, 2014. - 439 с. : режим доступа: ЭЧЗ "Библиотех". - Неогранич. доступ. - ISBN 978-5-9916- 3111-2 :
3. Домнин, Владимир Николаевич. БРЕНДИНГ [Электронный ресурс] : учебник и практикум / Домнин В.Н. - М. : Издательство Юрайт, 2016. - 411 с. - (Бакалавр и магистр. Академический курс). - Режим доступа: <http://www.biblio-online.ru/book/8CC57CF0-9F14-4F53-8599-1F8F6C8892D4>. - Режим доступа: "ЭБС Юрайт". - 5. - ISBN 978-5-9916-6187-4 :
4. Музыкант, Валерий Леонидович. Формирование брэнда средствами рекламы и PR [Текст] : учеб. пособие для студ. вузов / В.Л. Музыкант. - М. : Экономистъ, 2004. - 606 с. : ил ; 22 см. - (Homo Faber). - Библиогр.: с. 599-606. - ISBN 5-98118-077-3 : всего 7

б) дополнительная литература

1. Годин, Александр Михайлович. Брендинг [Текст] : учеб. пособие / А. М. Годин. - 3-е изд., перераб. и доп. - М. : Дашков и К', 2012. - 182 с. ; 21 см. - Библиогр.: с. 180-182. - ISBN 978-5-394-01149-8 : сирфак (1)

2. Корнеев, Михаил Юрьевич. Брэнд - менеджмент [Текст] : хрестоматия теории и практики: Учеб. пособие для вузов / М. Ю. Корнеев, Е. И. Хамалинская ; Фед. агентство по образованию; Иркут. гос. ун-т. - Иркутск : Изд-во ИГУ, 2005. - 341 с. ; 24 см. - (Современные коммуникационные технологии). - Библиогр.: с. 338-341. - ISBN 5-9624- 0045-3 : сирфак (5),

3. Перция, Валентин Матвеевич.

Анатомия бренда [Текст] : научное издание / В. М. Перция, Л. А. Мамлеева. - М. : Вершина, 2007. - 277 с. ; 21 см + 1 эл. опт. диск (CD-ROM). - ISBN 5-9626-0282-х : всего 3

4. О'Гуинн, Томас С.

Реклама и продвижение бренда : научное издание / Т.С. О'Гуинн, К.Т. Аллен, Р.Д. Семеник. - 3-е [межд.] изд. - СПб. : Нева, 2004. - 652 с. : цв.ил ; 28 см. - (Современный бизнес). - Пер. изд.: Advertising and integrated brand promotion / Thomas C. O'Guinn, Chris T. Allen, J. Semenik. - ISBN 5-7654-3390-1 : всего 6

в) периодическая литература

г) базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

1. Научная электронная библиотека «ELIBRARY.RU» [Электронный ресурс] : сайт. – Режим доступа: <http://elibrary.ru/defaultx.asp>.

2. Открытая электронная база ресурсов и исследований «Университетская информационная система РОССИЯ» [Электронный ресурс] : сайт. – Режим доступа: <http://uisrussia.msu.ru>

3. Государственная информационная система «Национальная электронная библиотека» [Электронный ресурс] : сайт. – Режим доступа: <http://нэб.рф>.

В соответствии с п. 4.3.4. ФГОС ВО, обучающимся в течение всего периода обучения обеспечен неограниченный доступ (удаленный доступ) к электронно-библиотечным системам:

– ЭБС «Издательство Лань». ООО «Издательство Лань». Контракт № 92 от 12.11.2018 г. Акт от 14.11 2018 г.

– ЭБС ЭЧЗ «Библиотех». Государственный контракт № 019 от 22.02.2011 г. ООО «Библиотех». Лицензионное соглашение № 31 от 22.02.2011 г. Адрес доступа: <https://isu.bibliotech.ru/> Срок действия: с 22.11.2011 г. бессрочный.

– ЭБС «Национальный цифровой ресурс «Руконт». ЦКБ «Бибком». Контракт № 91 от 12.11.2018 г. Акт от 14.11.2018 г..

– ЭБС «Айбукс.ру/ibooks.ru». ООО «Айбукс». Контракт № 90 от 12.11.2018 г. Акт № 54 от 14.11.2018 г.

– Электронно-библиотечная система «ЭБС Юрайт». ООО «Электронное издательство Юрайт». Контракт № 70 от 04.10.2018 г.

VI. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Учебно-лабораторное оборудование:

Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа
--	--	---

<p>Специальные помещения: Учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа, текущего контроля, промежуточной аттестации.</p>	<p>Аудитория оборудована специализированной учебной мебелью, техническими средствами обучения, служащими для представления информации большой аудитории: Ноутбук (Aser Aspire v3-5516 (AMDA10-4600M 2300 МГц)) (1 штука) с неограниченным доступом к сети Интернет, с неограниченным доступом к сети Интернет; Проектор Vivitek, экран ScreenVtdiaEcot-3200*200MW 1:1, колонки, наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающие тематические иллюстрации, соответствующие рабочей программе дисциплины «Архитектурный подход к развитию предприятий и информационных систем».</p>	<p>ОС Windows: DreamSpark Premium, Договор № 03-016-14 от 30.10.2014</p> <p>Microsoft Office: 0365ProPiusOpenStudents ShrdSvr ALNG subs VL NL I MthAcDmsStdnt w/Faculty (15000 лицензий)</p> <p>Kaspersky Endpoint Security для бизнеса- стандартный Russian Edition. 1500-2499 Node 1 year Educational License № 1B08170221-054045730177</p> <p>BusinessStudio Лицензия № 7464 (бессрочно)</p>
<p>Специальные помещения: компьютерный класс (учебная аудитория) для групповых и индивидуальных консультаций, курсового проектирования</p>	<p>Аудитория оборудована специализированной учебной мебелью, техническими средствами обучения: компьютеры (системный блок AMD Athlon 64 X2 DualCore 3600+ 1900 МГц (15 штук), Монитор LG Flatron L1742SE (14 штук), Монитор ViewSonic</p>	<p>ОС Windows: DreamSpark Premium, Договор № 03-016-14 от 30.10.2014</p> <p>Microsoft Office: 0365ProPiusOpenStudents ShrdSvr ALNG subs VL NL I MthAcDmsStdnt w/Faculty (15000 лицензий)</p>

(выполнения курсовых работ), организации самостоятельной работы, в том числе, научно-исследовательской	VG720) с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.	Kaspersky Endpoint Security для бизнеса- стандартный Russian Edition. 1500-2499 Node 1 year Educational License № 1B08170221-054045730177
--	---	---

6.2. Программное обеспечение:

№	Наименование Программного продукта	Кол-во	Обоснование для пользования ПО	Дата выдачи лицензии	Срок действия права пользования
1.	1С:Предприятие, 8.0(учебный комплект): 1С:Бухгалтерия, 8.2 1С:Зарплата и управление персоналом 1С:Управление торговлей 1С:Управление производственным предприятием 1С: ОТЕЛЬ, 8 1С:Оценка персонала, 8	30	Пер №8972331	2015	бессрочно
2.	AdobeAcrobat XI Лицензия АЕ для акад.организаций Русская версия MultipleLicense RU (65195558)Platforms	12	11447921 Государственный контракт № 03-019-13	19.06.2013	бессрочно
3.	BusinessStudio 4.0	50	Лицензия № 7464	2015	бессрочно
4.	Directum 5.1	30	Лицензия № 26057	2016	1год
5.	Java 8	Условия правообладателя	Условия использования по ссылке: https://www.oracle.com/legal/terms.html	Условия правообладателя	бессрочно
6.	Joomla 3.6	Условия правообладателя	Условия использования по ссылке: https://docs.joomla.org/JEDL	Условия правообладателя	бессрочно
7.	Microsoft Office Professional Plus 2007 Russian Academic OPEN No Level	25	Номер Лицензии Microsoft 46211164 Гос.контракт № 03-162-09 от 01.12.2009	01.12.2009	бессрочно
8.	Microsoft Office Professional Plus 2007 Russian Academic OPEN No Level	10	Номер Лицензии Microsoft 42095516	27.04.2007	бессрочно
9.	Microsoft SQL Server 2012	1	Номер Лицензии Microsoft 65343111		бессрочно
10.	Microsoft Windows Server 2008 r2 Enterprise	1	Номер Лицензии Microsoft 49413875		бессрочно
11.	Microsoft® Windows® Professional 7 Russian Upgrade Academic OPEN No Level Promo	12	Номер Лицензии Microsoft 46211164 Гос.контракт № 03-162-09 от 01.12.2009	01.12.2009	бессрочно
12.	Microsoft®WinSL 8.1 Russian Academic OLP ILicense NoLevel	130	Microsoft Invoice Number: 9564547610	22.12.2014	бессрочно

	Legalization GetGenuine		ООО 'ИЦ 'Сиброн'		
13.	OpenOffice 4.1.3	Условия правообладателя	Условия использования по ссылке: https://www.openoffice.org/licenses/PDL.html	Условия правообладателя	бессрочно
14.	Perl 5.24.0	Условия правообладателя	Условия использования по ссылке: http://dev.perl.org/licenses/	Условия правообладателя	бессрочно
15.	Postgresql 9.6.1	Условия правообладателя	Условия использования по ссылке: https://www.postgresql.org/about/licence/	Условия правообладателя	бессрочно
16.	Protege	100	Условия использования по ссылке: http://protege.stanford.edu/support.php	Условия правообладателя	бессрочно
17.	Python 3	Условия правообладателя	Условия использования по ссылке: https://docs.python.org/3/license.html	Условия правообладателя	бессрочно
18.	UbuntuLinux 16.04.1	Условия правообладателя	Условия использования по ссылке: https://www.ubuntu.com/legal/terms-and-policies/terms	Условия правообладателя	бессрочно
19.	VirtualBox 5.1	Условия правообладателя	Условия использования по ссылке: https://www.virtualbox.org/wiki/VirtualBox_PUEL	Условия правообладателя	бессрочно
20.	Евфрат-Документооборот, версия 15	20	многопользовательская лицензия № 0221209	2015	бессрочно

6.3. Технические и электронные средства:

Методической концепцией преподавания предусмотрено использование технических и электронных средств обучения и контроля знаний студентов: мультимедийные презентации, фрагменты фильмов.

VII. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

При реализации программы данной дисциплины используются различные образовательные технологии.

1.

Проблемное обучение	Создание в учебной деятельности проблемных ситуаций и организация активной самостоятельной деятельности учащихся по их разрешению, в результате чего происходит
---------------------	---

		творческое овладение знаниями, умениями, навыками, развиваются мыслительные способности
Разноуровневое обучение		У преподавателя появляется возможность помогать слабому, уделять внимание сильному, реализуется желание сильных учащихся быстрее и глубже продвигаться в образовании. Сильные учащиеся утверждают в своих способностях, слабые получают возможность испытывать учебный успех, повышается уровень мотивации ученья.
Проектные методы обучения		Работа по данной методике дает возможность развивать индивидуальные творческие способности учащихся, более осознанно подходить к профессиональному и социальному самоопределению
Исследовательские методы в обучении		Дает возможность учащимся самостоятельно пополнять свои знания, глубоко вникать в изучаемую проблему и предполагать пути ее решения, что важно при формировании мировоззрения. Это важно для определения индивидуальной траектории развития каждого обучающегося
Лекционно-семинарско-зачетная система		Данная система дает возможность сконцентрировать материал в блоки и преподнести его как единое целое, а контроль проводить по предварительной подготовке обучающихся
Информационно-коммуникационные технологии		Изменение и неограниченное обогащение содержания образования, использование интегрированных курсов, доступ в ИНТЕРНЕТ.

Наименование тем занятий с использованием активных форм обучения:

№	Тема занятия	Вид занятия	Форма / Методы интерактивного обучения	Кол-во часов
1	Роль брендов в жизни современного человека.	семинар	проект, дискуссия	2
2	Тренды 2021.	семинар	проект, дискуссия	2
3	Создание идеи для бизнеса	семинар	проект, дискуссия	2
4	Начальная идея. Исследование. Сегментирование. Таргетирование. Позиционирование.	семинар	проект, дискуссия	2
5	Модели бренда. Суть бренда.	семинар	проект, дискуссия	2
6	Нейминг.	семинар	проект, дискуссия	2
7	Фирменный стиль.	семинар	проект, дискуссия	2
8	Модель бренда и платформа бренда. Бренд-бук и его структура.	семинар	проект, дискуссия	2
9	Философия: миссия, видение, ценности. Мотивация целевой аудитории, позиционирование.	семинар	проект, дискуссия	2
10	Разработка коммуникаций.	семинар	проект, дискуссия	2

11	Передача бренда сотрудникам и потребителям.	семинар	проект, дискуссия	2
12	План развития созданного бренда	семинар	проект, дискуссия	2
13	Архитектура брендов	семинар	проект, дискуссия	2
14	Стратегические решения в брендинге: расширение бренда	семинар	проект, дискуссия	2
15	Стратегические решения в брендинге: собственные марки и франчайзинг.	семинар	проект, дискуссия	2
16	Капитализация бренда. Методы оценки стоимости бренда.	семинар	проект, дискуссия	2
17	Перспективы и инновации в брендинге.	семинар	проект, дискуссия	2
18	Бренд личности	семинар	проект, дискуссия	2
Итого часов				36

VIII. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

8.1. Оценочные средства текущего контроля

№ п/п	Вид контроля	Контролируемые темы (разделы)	Компетенции, компоненты которых контролируются
1	Проектная работа	1,2,3,4,5	ПК-1 ПК-2
2	презентация	1,2,3,4,5	
3	обсуждение	1,2,3,4,5	
4	Контрольная работа	1,4	

Демонстрационный вариант теста №1

Задание #1

Вариант 1

1. Какое определение точнее всего отражает смысл понятия «бренд»:

а) образ торговой марки в индивидуальном сознании, определяющий покупательский выбор в конкурентном ряду; б) имя, термин, знак, символ, дизайн или комбинация всего этого, предназначенные для идентификации товаров или услуг одного продавца или группы продавцов;

в) сумма всех характеристик, материальных или нематериальных, которая делает коммерческое предложение уникальным.

2. Сила бренда – это:

а) выраженная лояльность потребителя; **б)** способность бренда доминировать в товарной категории; **в)** уникальный набор связанных с брендом признаков, удерживающих лояльную аудиторию.

3. Подберите наиболее подходящее утверждение: торговая марка может считаться брендом, если:

а) не менее 20 % целевой аудитории ее узнает; **б)** не менее 50 % целевой аудитории положительно отзываются о ней; **в)** не менее 30 % целевой аудитории покупают эту марку не реже 1 раза в год.

4. Личность бренда – это:

а) рекламный персонаж, олицетворяющий бренд; **б)** представитель целевой аудитории бренда; **в)** отождествление бренда с личностными качествами, свойственными человеку.

5. Ребрендинг – это:

а) изменения в портфеле брендов, связанные с заменой одного бренда на другой; **б)** перепозиционирование, представляющее собой глубинные изменения идеологии бренда, которые, в свою очередь, влекут за собой изменения во всех его коммуникациях от упаковки до рекламных материалов; **в)** возвращение к изначальному позиционированию бренда.

6. Процесс вывода на рынок новых продуктов под уже существующим брендом, как правило, за пределы категории – это:

а) расширение линии; **б)** расширение производства; **в)** расширение бренда.

7. Что из ниже перечисленного является уровнями методики «Brand Essence»:

а) преимущества; **б)** миссия; **в)** позиционирование; **г)** вера; **д)** суть; **е)** бренд-менеджмент; **ж)** личность; **з)** атрибуты; **и)** ценности.

8. Выделите растущие мотивы позиционирования:

а) время дороже денег; **б)** одиночество; **в)** потребность в отдыхе; **г)** вседозволенность; **д)** ценность личности, индивидуализм; **е)** патриотизм; **ж)** забота о здоровье; **з)** желание быть причастным к жизни бренда; **и)** марка перестает быть важной.

9. Преимущества бренда для владельца (перечислить не менее 5):

8.2. Оценочные средства для промежуточной аттестации

Примерный перечень вопросов и заданий к экзамену (зачету)

1. Что такое «бренд». Привести не менее 3-х определений.
2. Основные термины: брендинг, сущность (суть) бренда, обещание бренда,

атрибуты бренда, личность (характер) бренда, идентичность бренда, сила бренда, расширение бренда, расширение линии, бренд-платформа, бренд-бук, ребрендинг, рестайлинг, дом брендов, брендовый дом.

3. Когда торговая марка может считаться брендом?
4. Основные преимущества брендов для владельцев торговой марки.
5. Основные преимущества брендов для потребителей.
6. Роль брендов в жизни современного человека.
7. Растущие мотивы позиционирования.
8. Признаки устойчивого бренда.
9. Обзор различных моделей брендов. Краткая характеристика.
10. Модель бренда «Brand Essence» (по Валентину Перция).
11. Процесс создания нового товара.
12. Цикл создания бренда от BrandAid (В. Перция).
13. Правила создания бренда.
14. Критерии идеального имени.
15. Этапы создания имени бренда.
16. Техники образования имен.
17. Лингвистический и маркетинговый фильтры.
18. Юридическая защита имени бренда.
19. Тестирование бренда.
20. Библия бренда (бренд-бук).
21. Передача бренда сотрудникам компании и потребителям.
22. Архитектура брендов.
23. Стратегические решения. Расширение бренда: преимущества и недостатки.

Расширение линии.

24. Стратегические решения. Собственные марки розничных сетей.
25. Стратегические решения. Франчайзинг.
26. Капитализация бренда. Методы оценки бренда.
27. Брендинг территории.
28. Брендинг личности.
29. Классификация брендов

Разработчики:



(подпись)

Ст.преподаватель

(занимаемая должность)

Леоненко Л. В.

(инициалы, фамилия)

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО и учетом рекомендаций ПООП по направлению подготовки.

Программа рассмотрена на заседании кафедры рекламы

Протокол № 8 от «12» мая 2020 г.

Зав. кафедрой



Рабинович В.Ю.

Настоящая программа, не может быть воспроизведена ни в какой форме без предварительного письменного разрешения кафедры-разработчика программы.