

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

**федеральное государственное автономное
образовательное учреждение высшего образования_
«Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет
им. Н.И. Лобачевского»**

Институт международных отношений и мировой истории

УТВЕРЖДЕНО

решением президиума Ученого совета ННГУ

протокол № 1 от 16.01.2024 г.

Рабочая программа дисциплины

Брендинг

Уровень высшего образования

Бакалавриат

Направление подготовки / специальность

46.03.02 - Документоведение и архивоведение

Направленность образовательной программы

Документационное обеспечение управления

Форма обучения

очная

г. Нижний Новгород

2024 год начала подготовки

1. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина Б1.В.ДВ.09.02 Брендинг относится к части, формируемой участниками образовательных отношений образовательной программы.

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы (компетенциями и индикаторами достижения компетенций)

Формируемые компетенции (код, содержание компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), в соответствии с индикатором достижения компетенции		Наименование оценочного средства	
	Индикатор достижения компетенции (код, содержание индикатора)	Результаты обучения по дисциплине	Для текущего контроля успеваемости	Для промежуточной аттестации
ПК-2: Способен организовывать и осуществлять документационное обеспечение управления организаций различных организационно-правовых форм и форм собственности, государственных органов и органов местного самоуправления	ПК-2.1: Работает с различными системами документации и осуществляет разработку унифицированных форм документов, используемых в документационном обеспечении управления организации ПК-2.2: Выполняет работу по документационному обеспечению управления в организациях различных организационно-правовых форм и форм собственности, государственных органах и органах местного самоуправления ПК-2.3: Использует знания правовых актов РФ и нормативных актов организации для разработки стандартов документирования управленческой деятельности организации и определения требований к информации, включаемой в документы организации	ПК-2.1: Знать: цели, задачи, функции, средства брендинга, теоретические подходы к сущности и содержанию брендинга, применительно к задачам управления системой документации. с Уметь: анализировать состояние бренда, выявлять ресурсы и инструменты, подходящие для формирования успешного бренда. Владеть: средствами анализа эффективности, результативности брендинга ПК-2.2: Знать: средства презентации бренда в шаблоне документа. Уметь: определять факторы, влияющие на восприятие бренда, Владеть: средствами графического представления бренда в шаблонах документов. ПК-2.3: Знать правовые акты РФ для разработки стандартов документирования управленческой деятельности организации. Уметь: определять требования к информации, включаемой в	Кейс-задание	Зачёт: Контрольные вопросы

		документы организации. Иметь навыки подготовки шаблонов документов.		
ПК-6: Способен осуществлять организационное, информационное и документационное обеспечение и исполнительское сопровождение деятельности руководителя организации	ПК-6.1: Разрабатывает формы предоставления информации по запросу руководства организации, осуществлять подготовку отчетов и аналитических справок руководству по вопросам документационного обеспечения управления ПК-6.2: Участвует в планировании рабочего времени руководителя, подготовке и проведении мероприятий, организует прием посетителей, умеет использовать современное программное обеспечение и офисную оргтехнику для подготовки и пересылки служебных документов ПК-6.3: Составляет и редактирует тексты служебных документов, документировать деятельность коллегиальных органов с использованием современного программного обеспечения и офисной оргтехники	ПК-6.1: Знать принципы позиционирования бренда. Уметь разрабатывать формы предоставления информации, касающиеся брендинга. Уметь анализировать эффективность использования бренда. ПК-6.2: Знать основы управления брендом. Уметь использовать современное программное обеспечение и офисную оргтехнику для подготовки презентационных материалов, включающих бренд организации. Иметь навыки такой деятельности. ПК-6.3: Знать: основы управления брендом, теорию уникального торгового предложения и принципы позиционирования; Уметь: проводить SWOT-анализ; использовать в профессиональной деятельности технологии бренд-менеджмента; Владеть: средствами анализа удачных и неудачных примеров брендинга; основными стратегиями марочной политики фирмы.	Кейс-задание Доклад	Зачёт: Контрольные вопросы

3. Структура и содержание дисциплины

3.1 Трудоемкость дисциплины

	очная
Общая трудоемкость, з.е.	2
Часов по учебному плану	72

в том числе	
аудиторные занятия (контактная работа):	
- занятия лекционного типа	32
- занятия семинарского типа (практические занятия / лабораторные работы)	0
- КСР	1
самостоятельная работа	39
Промежуточная аттестация	0 Зачёт

3.2. Содержание дисциплины

(структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и виды учебных занятий)

Наименование разделов и тем дисциплины	Всего (часы)	в том числе			
		Контактная работа (работа во взаимодействии с преподавателем), часы из них			Самостоятельная работа обучающегося, часы
		Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа (практические занятия/лабораторные работы), часы	Всего	
	0 Ф 0	0 Ф 0	0 Ф 0	0 Ф 0	0 Ф 0
Тема 1. Понятие бренд и брендинг	4	2		2	2
Тема 2. Разработка бренда	20	10		10	10
Тема 3. Бренд-ориентированный маркетинг и портфель брендов	18	8		8	10
Тема 4. Ребрендинг	14	6		6	8
Тема 5. Экономика бренда	15	6		6	9
Аттестация	0				
КСР	1			1	
Итого	72	32	0	33	39

Содержание разделов и тем дисциплины

Раздел 1. Понятие «бренд» и брендинг.

Понятия бренд, торговая марка, брендинг. Брендсовая ценность. Ценности бренда. «Душа» бренда.

Функции бренда. Товарный знак. Функции товарных знаков при продвижении товара. Виды товарных знаков как идентификаторов имиджа компании и ее продукции. Словесный товарный знак.

Изобразительный товарный знак. Объемный товарный знак. Звуковой товарный знак. Комбинированные товарные знаки. Классификации товарных знаков. Компоненты бренда. Архитектура бренда. Имидж бренда.

Раздел 2. Разработка бренда.

Брендбук. Создание бренд-кода. Создание названия. Создание мыслительных полей (Т. Гэд). Создание и тестирование визуальных смысловых компонентов. Разработка фирменного стиля. Определение

принципов донесения сообщения бренда. Определение принципов выбора каналов ИМК. Разработка политики в отношении бренда (внешней и внутренней). Разработка стратегии бренда. Разработка программы вывода бренда на рынок.

Раздел 3. Бренд-ориентированный маркетинг и портфель брендов.

Диагностика бренда. Внешнее и внутреннее позиционирование компании. Брендový бизнес-портфель. Критерии структурирования бизнес-портфеля. Процедурные и персональные факторы потребительской лояльности. Концепция создания привлекательного качества Н. Кано. Типы потребностей и характеристики товаров/услуг.

Раздел 4. Ребрендинг.

Понятие ребрендинга. Типология ребрендинга. Причины использования ребрендинга. Компании, нуждающиеся в репозиционировании бренда. Ключевые аспекты ребрендинга. Маркетинговый аудит. Репозиционирование бренда. Рестайлинг визуальных атрибутов бренда. Внутренняя и внешняя коммуникация. Алгоритм проведения ребрендинга. Российская и международная практика ребрендинга. Примеры удачного и неудачного ребрендинга. Ошибки, причины неудач ребрендинга.

Раздел 5. Экономика бренда.

Капитал бренда. Модели расчета ценности бренда. Вес, длина, сила, ширина бренда. Характеристики сильного бренда согласно концепции Interbrand. Измерение и анализ имиджа бренда. Осознанные и неосознанные характеристики. Рациональные и эмоциональные преимущества. Оценка коммерческого потенциала бренда. Эффективность бренда. Выявление сильных и слабых сторон бренда. Меры по улучшению имиджа бренда. Международный стандарт оценки стоимости брендов.

4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся

Самостоятельная работа обучающихся включает в себя подготовку к контрольным вопросам и заданиям для текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины приведенным в п. 5.

.

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

5.1 Типовые задания, необходимые для оценки результатов обучения при проведении текущего контроля успеваемости с указанием критериев их оценивания:

5.1.1 Типовые задания (оценочное средство - Кейс-задание) для оценки сформированности компетенции ПК-2:

1. Особенности брендинга в России и за рубежом: сравнительный анализ.
2. Специфика разработки и продвижения отечественного бренда на отечественном и зарубежном рынках.

3. Ребрендинг: российский и международный опыт.

Критерии оценивания (оценочное средство - Кейс-задание)

Оценка	Критерии оценивания
зачтено	Уровень знаний в объеме программы. Допускается несколько не грубых ошибок. Продемонстрированы все основные умения,. Выполнены все домашние задания. Продемонстрирован творческий подход к выполнению заданий.
не зачтено	Отсутствие знаний теоретического материала. Невозможность оценить полноту знаний вследствие отказа обучающегося от ответа Отсутствие минимальных умений. Отсутствие владения материалом. Невозможность оценить наличие навыков вследствие отказа обучающегося от ответа

5.1.2 Типовые задания (оценочное средство - Доклад) для оценки сформированности компетенции ПК-6:

1. Особенности бренд-ориентированного маркетинга.

2.Стратегия продвижения торговой марки -бренда.

3. Особенности создания собственных торговых марок.

4. Атрибуты современного бренда.

5. Зонтичный брендинг.

Критерии оценивания (оценочное средство - Доклад)

Оценка	Критерии оценивания
зачтено	Уровень знаний в объеме программы. Допускается несколько не грубых ошибок. Продемонстрированы все основные умения,. Выполнены все домашние задания. Продемонстрирован творческий подход к выполнению заданий.
не зачтено	Отсутствие знаний теоретического материала. Невозможность оценить полноту знаний вследствие отказа обучающегося от ответа Отсутствие минимальных умений. Отсутствие владения материалом. Невозможность оценить наличие навыков вследствие отказа

Оценка	Критерии оценивания
	обучающегося от ответа.

5.2. Описание шкал оценивания результатов обучения по дисциплине при промежуточной аттестации

Шкала оценивания сформированности компетенций

Уровень сформированности компетенций (индикатора достижения компетенций)	плохо	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	очень хорошо	отлично	превосходно
	не зачтено			зачтено			
<u>Знания</u>	Отсутствие знаний теоретического материала. Невозможность оценить полноту знаний вследствие отказа обучающегося от ответа	Уровень знаний ниже минимальных требований. Имели место грубые ошибки	Минимально допустимый уровень знаний. Допущено много негрубых ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько негрубых ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько несущественных ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Ошибок нет.	Уровень знаний в объеме, превышающем программу подготовки.
<u>Умения</u>	Отсутствие минимальных умений. Невозможность оценить наличие умений вследствие отказа обучающегося от ответа	При решении стандартных задач не продемонстрированы основные умения. Имели место грубые ошибки	Продemonстрированы основные умения. Решены типовые задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания, но не в полном объеме	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания в полном объеме, но некоторые с недочетами	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи. Выполнены все задания в полном объеме, но некоторые с недочетами.	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи с отдельными несущественными недочетами, выполнены все задания в полном объеме	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи. Выполнены все задания, в полном объеме без недочетов
<u>Навыки</u>	Отсутствие базовых навыков. Невозможность оценить наличие навыков вследствие отказа обучающегося от ответа	При решении стандартных задач не продемонстрированы базовые навыки. Имели место грубые ошибки	Имеется минимальный набор навыков для решения стандартных задач с некоторыми недочетами	Продemonстрированы базовые навыки при решении стандартных задач с некоторыми недочетами	Продemonстрированы базовые навыки при решении стандартных задач без ошибок и недочетов	Продemonстрированы навыки при решении нестандартных задач без ошибок и недочетов	Продemonстрирован творческий подход к решению нестандартных задач

Шкала оценивания при промежуточной аттестации

Оценка		Уровень подготовки
зачтено	превосходно	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «превосходно», продемонстрированы знания, умения, владения по соответствующим компетенциям на уровне выше предусмотренного программой
	отлично	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «отлично».
	очень хорошо	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «очень хорошо»
	хорошо	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «хорошо».
	удовлетворительно	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «удовлетворительно», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «удовлетворительно»
не зачтено	неудовлетворительно	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «неудовлетворительно».
	плохо	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «плохо»

5.3 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов обучения на промежуточной аттестации с указанием критериев их оценивания:

5.3.1 Типовые задания (оценочное средство - Контрольные вопросы) для оценки сформированности компетенции ПК-2

1. Понятия бренд и «торговая марка».
2. Товарный знак.
3. Функции бренда.
4. Атрибуты бренда и их характеристика.
5. Методики создания имени бренда.
6. Архитектура бренда.
7. Процесс сегментирования. Основные методы сегментирования.
8. Позиционирование: ключевые понятия, идеи и основные концепции. Виды позиционирования.
9. Философия бренда.

10. SWOT-анализ: слабые и сильные стороны бренда.

11. Идентичность бренда и ее элементы.

5.3.2 Типовые задания (оценочное средство - Контрольные вопросы) для оценки сформированности компетенции ПК-6

12. Модели разработки бренда.

13. Способы анализа лояльности бренду.

14. Мероприятия брендинга для усиления рыночных позиций бренда.

15. Концепция создания привлекательного качества

16. Современные тенденции брендинга.

17. Характерные особенности брендинга в России.

18. Различные подходы к управлению портфелем брендов в мировой практике.

19. Процесс управления брендом.

20. Особенности разработки бренда.

21. Модели расчета ценности бренда.

22. Измерение и анализ имиджа бренда.

Критерии оценивания (оценочное средство - Контрольные вопросы)

Оценка	Критерии оценивания
зачтено	Уровень знаний в объеме программы. Допускается несколько не грубых ошибок. Продемонстрированы все основные умения,. Продемонстрирован творческий подход к выполнению заданий.
не зачтено	Отсутствие знаний теоретического материала. Невозможность оценить полноту знаний вследствие отказа обучающегося от ответа. Отсутствие минимальных умений. Отсутствие владения материалом. Невозможность оценить наличие навыков вследствие отказа обучающегося от ответа

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

Основная литература:

1. Домнин В. Н. Брендинг : учебник и практикум / В. Н. Домнин. - 2-е изд. ; испр. и доп. - Москва : Юрайт, 2023. - 493 с. - (Высшее образование). - ISBN 978-5-534-13539-8. - Текст : электронный // ЭБС "Юрайт"., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=843756&idb=0>.
2. Рожков И. Я. Брендинг : учебник / И. Я. Рожков. - Москва : Юрайт, 2023. - 331 с. - (Высшее образование). - ISBN 978-5-534-16399-5. - Текст : электронный // ЭБС "Юрайт"., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=871323&idb=0>.
3. Тульчинский Г. Л. Бренд-менеджмент. Брендинг и работа с персоналом : учебное пособие / Г. Л. Тульчинский, В. И. Терентьева. - 2-е изд. ; испр. и доп. - Москва : Юрайт, 2023. - 255 с. - (Высшее образование). - ISBN 978-5-534-05503-0. - Текст : электронный // ЭБС "Юрайт"., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=841142&idb=0>.

Дополнительная литература:

1. Секреты сильного бренда: Как добиться коммерческой уникальности / Дробо К. - Москва : Альпина Паблишер, 2016., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=647449&idb=0>.
2. Чернатони Лесли. Брендинг. Как создать мощный бренд : Учебник. - 3-е изд. - Москва : Издательство "ЮНИТИ-ДАНА", 2017. - 559 с. - ВО - Бакалавриат. - ISBN 5-238-80089-5., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=593699&idb=0>.
3. Старов Сергей Александрович. Управление брендами : Учебник / Санкт-Петербургский государственный университет. - 4. - Санкт-Петербург : Издательство Санкт-Петербургского государственного университета, 2021. - 557 с. - ВО - Бакалавриат. - ISBN 978-5-288-06100-4., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=791397&idb=0>.

Программное обеспечение и Интернет-ресурсы (в соответствии с содержанием дисциплины):

1. [http:// www.newbranding.ru/](http://www.newbranding.ru/)- Интернет-сайт о брендинге
2. <http://www.brand-management.ru> - Журнал «Бренд-менеджмент»
3. <http://www.pr-club.com> - Международный пресс-клуб. Чумиков PR и консалтинг - российское PR-агентство
4. <http://www.allbranding.ru/> - Технологии брендинга
5. <http://www.sostav.ru> - Портал специалистов по рекламе, маркетингу, PR
6. <http://www.raso.ru> - Сайт Российской Ассоциации по Связям с Общественностью (РАСО)

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

Учебные аудитории для проведения учебных занятий, предусмотренных образовательной программой, оснащены мультимедийным оборудованием (проектор, экран), техническими средствами обучения, компьютерами.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечены доступом в электронную информационно-образовательную среду.

Программа составлена в соответствии с требованиями ОС ННГУ по направлению подготовки/специальности 46.03.02 - Документоведение и архивоведение.

Автор(ы): Миронос Алексей Андреевич, доктор исторических наук, доцент.

Рецензент(ы): Горелова Алевтина Александровна, кандидат экономических наук.

Заведующий кафедрой: Миронос Алексей Андреевич, доктор исторических наук.

Программа одобрена на заседании методической комиссии от 29.11.2023, протокол № 15.