

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Кубанский государственный университет»
Факультет журналистики

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебной работе,
качеству образования – первый
проректор
_____ Хагуров Т.А.
подпись
« 29 » _____ 2020 г.



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

ФТД.02 Бренд-менеджмент современного ТРК

Направление подготовки/специальность 42.04.02 Журналистика

Направленность (профиль) / специализация Работа ведущего теле- и радиопередач

Форма обучения очная

Квалификация выпускника магистр

Краснодар 2020

Рабочая программа дисциплины Бренд-менеджмент современного ТРК составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования (ФГОС ВО) по направлению подготовки 42.04.02 Журналистика, программа подготовки «Работа ведущего теле- и радиопередач»

код и наименование направления подготовки

Программу составил(и):

И.А. Мальцева, доц., канд. филол. наук

И.О. Фамилия, должность, ученая степень, ученое звание



подпись

Рабочая программа дисциплины Бренд-менеджмент современного ТРК утверждена на заседании кафедры (разработчика) электронных СМИ и новых медиа

протокол № 10 «15» мая 2020 г.

Заведующий кафедры (разработчика)

Вологина Е.В.

фамилия, инициалы



подпись

Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры (выпускающей) электронных СМИ и новых медиа протокол № 10 «15» мая 2020 г.

Заведующий кафедры (разработчика)

Вологина Е.В.

фамилия, инициалы



подпись

Утверждена на заседании учебно-методической комиссии факультета журналистики протокол № 12-20 «28» мая 2020 г.

Председатель УМК факультета Хлопунова О.В.

фамилия, инициалы



подпись

Рецензенты:

Лучинский Ю.В., д-р филол. наук, профессор, заведующий кафедрой истории и правового регулирования

Кумунджиева Д.М., руководитель дирекции публицистических и развлекательных программ ГУП КК «Телерадиокомпания НТК»

1 Цели и задачи изучения дисциплины (модуля)

1.1 Цель освоения дисциплины

Основная цель освоения дисциплины «Бренд-менеджмент современного ТРК» – дать представление о понятиях брендинг и бренд, а также сформировать у магистрантов теоретический фундамент и выработать комплекс навыков для разработки творческой концепции создания бренда, содержания бренда, его вербальными и визуальными составляющими и их художественного воплощения в системе современных СМИ.

1.2 Задачи дисциплины

- сформировать представление об этапах, принципах и методах разработки бренда.
- ознакомить с функциями и основными принципами брендменеджмента.
- познакомить принципами и методами анализа рынка, сегментирования рынка для вывода бренда к потребителям.
- рассмотреть вопросы эмоционального и рационального воздействия бренда на потребителя.
- изучить средства коммуникативного воздействия, применяющиеся при создании бренда.
- овладеть навыками разработки бренда в системе современных СМИ.

1.3 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина «Бренд-менеджмент современного ТРК» относится к части ФТД. Факультативные дисциплины учебного плана. Знания и навыки, полученные в ходе изучения курса «Бренд-менеджмент современного ТРК» необходимы для работы магистранта с творческими заданиями, изучении дисциплин соответствующей профилизации.

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 профессиональных компетенций (УК/ОПК/ПК): ПК-1

№ п.п.	Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции		
		знает	умеет	владеет
1.	ПК-1. Способен составлять план-график работы редакции СМИ и контролировать качество выполнения редакционных заданий	Знать основы разработки медиаплана редакции	Уметь осуществлять разработку и контроль выполнения редакционных заданий	Владеть способностью к организаторской деятельности

2. Структура и содержание дисциплины

2.1 Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 1 зач. ед. (36 часов), их распределение по видам работ представлено в таблице

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры (часы)			
		1			
Контактная работа, в том числе:					
Аудиторные занятия (всего):					
Занятия лекционного типа	-	-			
Лабораторные занятия	-	-			
Занятия семинарского типа (семинары, практические занятия)	12	12			

Иная контактная работа:						
Контроль самостоятельной работы (КСР)		-	-			
Промежуточная аттестация (ИКР)		0,2	0,2			
Самостоятельная работа, в том числе:						
Курсовая работа		-	-			
Проработка учебного (теоретического) материала		7	7			
Выполнение индивидуальных заданий (подготовка сообщений, презентаций)		8	8			
Реферат		5	5			
Подготовка к текущему контролю		3,8	3,8			
Контроль:						
Подготовка к экзамену		-	-			
Общая трудоемкость	час.	36	36			
	в том числе контактная работа	12,2	12,2			
	зач. ед	1	1			

2.2 Структура дисциплины

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.

Разделы (темы) дисциплины, изучаемые в 1 семестре:

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	2	3	4	5	6	7
1.	Сущность и содержание понятия «бренд».	6	-	2	-	4
2.	Бренд-менеджмент.	6	-	2	-	4
3.	Корпоративный брендинг.	10	-	4	-	6
4.	Сегментирование рынка и управление брендом.	10	-	4	-	6
ИТОГО по разделам дисциплины						
	Контроль самостоятельной работы (КСР)	-	-	-	-	-
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,2	-	0,2	-	-
	Подготовка к текущему контролю	3,8	-	-	-	3,8
	Общая трудоемкость по дисциплине	36	-		-	-

Примечание: Л – лекции, ПЗ – практические занятия / семинары, ЛР – лабораторные занятия, СРС – самостоятельная работа студента

2.3 Содержание разделов (тем) дисциплины

2.3.1 Занятия лекционного типа

№	Наименование раздела (темы)	Содержание раздела (темы)	Форма текущего контроля
1	2	3	4
1.	Сущность и содержание понятия «бренд».	Понятие «бренд». Развитие научного аппарата брендинга. Классификация брендов. Преимущества брендов.	Конспект лекции

2.	Бренд-менеджмент.	Сущность бренд-менеджмента. Основные принципы бренд-менеджмента. Связь брендменеджмента с корпоративной культурой. Брендменеджмент ТРК.	<i>Конспект лекции</i>
3.	Корпоративный брендинг.	Культура бренда как составляющая часть корпоративной культуры. Культура бренда. Миссия бренда. Внутренняя культура бренда. Информационный и интеллектуальный брендовый капитал. Эмоциональный брендовый капитал. Бренд ТРК.	<i>Конспект лекции</i>
4.	Сегментирование рынка и управление брендом.	Географическое, демографическое, поведенческое, психографическое сегментирование. Сегментирование по стилю жизни. Сегменты брендов на рынке медиасистем.	<i>Конспект лекции</i>

2.3.2 Занятия семинарского типа

№	Наименование раздела (темы)	Тематика практических занятий (семинаров)	Форма текущего контроля
1	2	3	4
1.	Сущность и содержание понятия «бренд».	Понятие «бренд». Различные интерпретации термина. Развитие научного аппарата брендинга. Классификация брендов. Преимущества брендов.	Реферат
2.	Бренд-менеджмент.	Сущность бренд-менеджмента. Основные принципы бренд-менеджмента. Связь брендменеджмента с корпоративной культурой. Брендменеджмент ТРК.	Реферат
3.	Корпоративный брендинг.	Культура бренда как составляющая часть корпоративной культуры. Культура бренда. Миссия бренда. Внутренняя культура бренда. Информационный и интеллектуальный брендовый капитал. Эмоциональный брендовый капитал. Бренд ТРК.	Реферат
4.	Сегментирование рынка и управление брендом.	Географическое, демографическое, поведенческое, психографическое сегментирование. Сегментирование по стилю жизни. Сегменты брендов на рынке медиасистем.	Реферат

Защита лабораторной работы (ЛР), выполнение курсового проекта (КП), курсовой работы (КР), расчетно-графического задания (РГЗ), написание реферата (Р), эссе (Э), коллоквиум (К), тестирование (Т) и т.д.

2.3.3 Лабораторные занятия

Лабораторные занятия – не предусмотрены

2.3.4 Примерная тематика курсовых работ (проектов)

Курсовые работы – не предусмотрены

2.4 Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

№	Вид СРС	Перечень учебно-методического обеспечения дисциплины по выполнению самостоятельной работы
1	2	3
1	Проработка учебного (теоретического) материала	1. Федотова, Л.Н. Реклама: теория и практика: учебник для академического бакалавриата / Л. Н. Федотова. – М.: Издательство Юрайт, 2018. – 391 с. – (Серия : Бакалавр. Академический курс). [Электронный ресурс] Режим доступа: www.biblio-online.ru/book/164B20C5-2343-47F1-884F-6557E25149FD 2. Пономарёва, Е. А. Бренд-менеджмент: учебник и практикум для академического бакалавриата / Е. А. Пономарёва. — М.: Издательство Юрайт, 2018. — 341 с. — (Серия: Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-9046-1. — [Электронный ресурс] Режим доступа: www.biblio-online.ru/book/172BC42F-8634-4568-889B-F5AEFD8624BC. 3. Кожанова В.Ю. Методические рекомендации по самостоятельной работе студентов. – Краснодар, 2017. Утвержденные УМК факультета журналистики протокол № 07-17 от 21 июня 2017 г
2	Выполнение индивидуальных заданий (подготовка сообщений, презентаций)	1. Федотова, Л.Н. Реклама: теория и практика: учебник для академического бакалавриата / Л. Н. Федотова. – М.: Издательство Юрайт, 2018. – 391 с. – (Серия : Бакалавр. Академический курс). [Электронный ресурс] Режим доступа: www.biblio-online.ru/book/164B20C5-2343-47F1-884F-6557E25149FD 2. Пономарёва, Е. А. Бренд-менеджмент: учебник и практикум для академического бакалавриата / Е. А. Пономарёва. — М.: Издательство Юрайт, 2018. — 341 с. — (Серия: Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-9046-1. — [Электронный ресурс] Режим доступа: www.biblio-online.ru/book/172BC42F-8634-4568-889B-F5AEFD8624BC. 3. Кожанова В.Ю. Методические рекомендации по самостоятельной работе студентов. – Краснодар, 2017. Утвержденные УМК факультета журналистики протокол № 07-17 от 21 июня 2017 г
3	Реферат	1. Федотова, Л.Н. Реклама: теория и практика: учебник для академического бакалавриата / Л. Н. Федотова. – М.: Издательство Юрайт, 2018. – 391 с. – (Серия : Бакалавр. Академический курс). [Электронный ресурс] Режим доступа: www.biblio-online.ru/book/164B20C5-2343-47F1-884F-6557E25149FD 2. Пономарёва, Е. А. Бренд-менеджмент: учебник и практикум для академического бакалавриата / Е. А. Пономарёва. — М.: Издательство Юрайт, 2018. — 341 с. — (Серия: Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-9046-1. — [Электронный ресурс] Режим доступа: www.biblio-online.ru/book/172BC42F-8634-4568-889B-F5AEFD8624BC.

		Кожанова В.Ю. Методические рекомендации по самостоятельной работе студентов. – Краснодар, 2017. Утвержденные УМК факультета журналистики протокол № 07-17 от 21 июня 2017 г
--	--	---

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ) предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

- в печатной форме увеличенным шрифтом,
- в форме электронного документа,
- в форме аудиофайла,
- в печатной форме на языке Брайля.

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,
- в форме аудиофайла.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

3. Образовательные технологии

В соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки (специальности) реализация компетентностного подхода должна предусматриваться использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий (дискуссия, круглый стол, опрос, реферат, творческое задание) в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития требуемых компетенций обучающихся.

Семинарские занятия (С)

Семинар - одна из форм практических занятий, проводимых по наиболее сложным вопросам (темам, разделам) с целью формирования и развития у обучающихся навыков самостоятельной работы, научного мышления, умения активно участвовать в творческой дискуссии, делать выводы, аргументировано излагать свое мнение и отстаивать его. Семинарские занятия проводятся главным образом по гуманитарным и социально-экономическим дисциплинам, требующим научно-теоретического анализа литературных источников.

Порядок подготовки семинарского занятия:

- изучение требований программы дисциплины
- формулировка цели и задач семинара
- разработка плана проведения семинара
- моделирование вступительной и заключительной частей семинара
- предварительная раздача студентам вопросов, заданий (в том числе творческих и индивидуальных), ознакомление с проблемами, являющимися предметом обсуждения на семинаре
- инструктаж студентов по подготовке к семинару

Порядок проведения семинарского занятия:

1. Вводная часть: постановка цели, задач и изложение основного замысла занятия.
2. Основная часть:

- организация дискуссии: постановка проблемы, выделение основных направлений;
- выступление докладчика, раскрывающего основные положения по вопросу;
- выступления содокладчиков, раскрывающих свое видение проблемы;
- дискуссия по докладу и содокладам.

3. Заключительная часть: завершение дискуссии, обобщение и оценка результатов работы студентов.

Самостоятельная работа (СР)

Самостоятельная работа студента предполагает различные формы индивидуальной учебной деятельности: работа с мультимедийным учебно-методическим комплексом дисциплины, с программами-тренажерами (в первую очередь динамическими и интеллектуальными), с электронными образовательными ресурсами. Выбор видов самостоятельной работы определяется индивидуально-личностным подходом к обучению совместно преподавателем и студентом.

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья предусмотрена организация консультаций с использованием электронной почты.

1. Оценочные и методические материалы

4.1 Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

Оценочные средства предназначены для контроля и оценки образовательных достижений обучающихся, освоивших программу учебной дисциплины «название дисциплины».

Оценочные средства включает контрольные материалы для проведения **текущего контроля** в форме рефератов и **промежуточной аттестации** в форме вопросов к зачету.

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.

Структура оценочных средств для текущей и промежуточной аттестации

№ п/п	Контролируемые разделы (темы) дисциплины*	Код контролируемой компетенции (или ее части)	Наименование оценочного средства	
			Текущий контроль	Промежуточная аттестация
1	Сущность и содержание понятия «бренд».	ПК-1	Реферат	Вопрос на зачете 1-3
2	Бренд-менеджмент.	ПК-1	Реферат	Вопрос на зачете 2-7
3	Корпоративный брендинг.	ПК-1	Реферат	Вопрос на зачете 8-12
4	Сегментирование рынка и управление брендом.	ПК-1	Реферат	Вопрос на зачете 13-18

Показатели, критерии и шкала оценки сформированных компетенций

Код и наименование компетенций	Соответствие уровней освоения компетенции планируемым результатам обучения и критериям их оценивания		
	пороговый	базовый	продвинутый
	Оценка		
	Удовлетворительно /зачтено	Хорошо/зачтено	Отлично /зачтено
ПК-1. Способен составлять план-график работы редакции СМИ и контролировать качество выполнения редакционных заданий	Знает основы разработки медиаплана редакции на среднем уровне	Знает основы разработки медиаплана редакции на достаточном уровне	Знает основы разработки медиаплана редакции в совершенстве
	умеет осуществлять разработку и контроль выполнения редакционных заданий на среднем уровне	Хорошо умеет осуществлять разработку и контроль выполнения редакционных заданий	умеет осуществлять разработку и контроль выполнения редакционных заданий в совершенстве
	Владеет способностью к организаторской деятельности на среднем уровне	Владеет способностью к организаторской деятельности на достаточном уровне	Владеет способностью к организаторской деятельности в совершенстве

Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Примерные темы рефератов (ПК-1)

1. Классификация брендов.
2. Преимущества брендов.
3. Сущность бренд-менеджмента.
4. Основные принципы бренд-менеджмента.
5. Связь брендменеджмента с корпоративной культурой.
6. Брендменеджмент ТРК.
7. Культура бренда как составляющая часть корпоративной культуры.
8. Внутренняя культура бренда.
9. Информационный и интеллектуальный брендовый капитал.
10. Эмоциональный брендовый капитал. Бренд ТРК.
11. Сегменты брендов на рынке медиасистем.

**Зачетно-экзаменационные материалы для промежуточной аттестации
(экзамен/зачет)**

Вопросы для подготовки к зачету (ПК-1)

1. Понятие «бренд». Различные интерпретации термина.
2. Развитие научного аппарата брендинга.
3. Классификация брендов.
4. Преимущества брендов.
5. Сущность бренд-менеджмента.
6. Основные принципы бренд-менеджмента.
7. Связь бренд-менеджмента с корпоративной культурой.
8. Бренд-менеджмент ТРК
9. Социальный брендинг.
11. Политический брендинг.
12. Экологический брендинг.
13. Брендинг в России.
14. Брендинг в Европе и Америке.
15. Стратегия управления брендом.
16. Ребрендинг. Перепозиционирование.
17. Слияние брендов. Товарное брендовое расширение.
18. Стратегия создания новых брендов.
19. Консолидация брендовых имен.
20. Культура бренда как составляющая часть корпоративной культуры.
21. Культура бренда.
22. Миссия бренда.
23. Внутренняя культура бренда
24. Информационный и интеллектуальный брендовый капитал.
25. Эмоциональный брендовый капитал.
26. Бренд ТРК.
27. Географическое, демографическое, поведенческое, психографическое сегментирование.
28. Сегментирование по стилю жизни.
29. Сегменты брендов на рынке медиасистем.

***Перечень компетенций (части компетенции), проверяемых оценочным
средством***

ПК-1

4.2 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Методические рекомендации, определяющие процедуры оценивания на зачете:

Зачет проводится устной форме по билетам, которые включают два теоретических вопроса и выполнение творческого задания. Оценка знаний студентов производится по следующим критериям:

«**Зачтено**» ставится, если студент отвечает на вопросы устного собеседования, владеет

основными терминами и понятиями по теме курса, может привести примеры из современной практики в сфере отечественной и зарубежной журналистики.

«**Не зачтено**» ставится, если студент не знает ответа на вопросы устного собеседования, не знает базовых определений по теме курса, не может привести примеры из практической отечественной и зарубежной журналистики.

5. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

5.1 Основная литература:

1. Федотова, Л.Н. Реклама: теория и практика: учебник для академического бакалавриата / Л. Н. Федотова. – М.: Издательство Юрайт, 2018. – 391 с. – (Серия : Бакалавр. Академический курс). [Электронный ресурс] Режим доступа: www.biblio-online.ru/book/164B20C5-2343-47F1-884F-6557E25149FD
2. Пономарёва, Е. А. Бренд-менеджмент: учебник и практикум для академического бакалавриата / Е. А. Пономарёва. — М.: Издательство Юрайт, 2018. — 341 с. — (Серия: Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-9046-1. — [Электронный ресурс] Режим доступа: www.biblio-online.ru/book/172BC42F-8634-4568-889B-F5AEFD8624BC.

5.2 Дополнительная литература:

1. Щепилова, Галина Германовна. Основы рекламы [Текст] : учебник для бакалавров : учебник для студентов вузов / Г. Г. Щепилова, К. В. Щепилов. - Москва : Юрайт, 2013. - 521 с
2. Мудров, Александр Николаевич. Основы рекламы [Текст] : учебник / А. Н. Мудров. - 3-е изд., перераб. и доп. - Москва : Магистр, 2012. - 413 с. : ил. - Библиогр.: с. 407-413.
3. Пименов, Павел Алексеевич. Основы рекламы [Текст] : учебное пособие для студентов вузов / П. А. Пименов. - М. : Гардарики, 2006. - 399 с.

6. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Предполагает изучение литературы по курсу и подготовку практических заданий, подготовку к сдаче зачета. Программа самостоятельного изучения курса обеспечена методическими материалами – Кожанова В.Ю. Методические рекомендации по самостоятельной работе студентов. – Краснодар, 2017

Методические указания к самостоятельной работе студентов

Самостоятельная работа - планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа студентов, выполняемая во внеаудиторное (аудиторное) время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия (при частичном непосредственном участии преподавателя, оставляющем ведущую роль за работой студентов).

Целью самостоятельной работы студентов является овладение фундаментальными знаниями, профессиональными умениями и навыками деятельности по профилю, опытом творческой, исследовательской деятельности. Самостоятельная работа студентов способствует развитию самостоятельности, ответственности и организованности, творческого подхода к решению проблем учебного и профессионального уровня.

В процессе самостоятельной работы студент приобретает навыки самоорганизации, самоконтроля, самоуправления, саморефлексии и становится активным самостоятельным субъектом учебной деятельности.

Выполняя самостоятельную работу под контролем преподавателя студент должен:

- освоить минимум содержания, выносимый на самостоятельную работу студентов и предложенный преподавателем в соответствии с Государственными образовательными стандартами высшего профессионального образования по данной дисциплине.
- планировать самостоятельную работу в соответствии с графиком самостоятельной работы, предложенным преподавателем.
- самостоятельную работу студент должен осуществлять в организационных формах, предусмотренных учебным планом и рабочей программой преподавателя.

– выполнять самостоятельную работу и отчитываться по ее результатам в соответствии с графиком представления результатов, видами и сроками отчетности по самостоятельной работе студентов.

студент может:

сверх предложенного преподавателем (при обосновании и согласовании с ним) и минимума обязательного содержания, определяемого ФГОС ВО по данной дисциплине:

- самостоятельно определять уровень (глубину) проработки содержания материала;
- предлагать дополнительные темы и вопросы для самостоятельной проработки;
- в рамках общего графика выполнения самостоятельной работы предлагать обоснованный индивидуальный график выполнения и отчетности по результатам самостоятельной работы;
- предлагать свои варианты организационных форм самостоятельной работы;
- использовать для самостоятельной работы методические пособия, учебные пособия, разработки сверх предложенного преподавателем перечня;
- использовать не только контроль, но и самоконтроль результатов самостоятельной работы в соответствии с методами самоконтроля, предложенными преподавателем или выбранными самостоятельно.

Самостоятельная работа студентов должна оказывать важное влияние на формирование личности будущего специалиста, она планируется студентом самостоятельно. Каждый студент самостоятельно определяет режим своей работы и меру труда, затрачиваемого на овладение учебным содержанием по каждой дисциплине. Он выполняет внеаудиторную работу по личному индивидуальному плану, в зависимости от его подготовки, времени и других условий.

Изучение дисциплины «Бренд-менеджмент современного ТРК» осуществляется в форме учебных занятий под руководством профессорско-преподавательского состава кафедры и самостоятельной подготовки обучающихся. Основными видами учебных занятий по изучению данной дисциплины являются: практические занятия; консультация преподавателя (индивидуальная, групповая). При проведении учебных занятий используются элементы классических и современных педагогических технологий.

Семинарские занятия(С)

Семинарские занятия направлены на подтверждение теоретических положений и формирование учебных и профессиональных практических умений и составляют важную часть теоретической и профессиональной практической подготовки.

Выполнению подобных заданий предшествует самостоятельное изучение студентом специальной литературы по теме, список которой прилагается к плану, и систематизация полученных знаний. Затем на занятиях в аудитории студенты под руководством преподавателя приступают к выполнению практических заданий, которые имеют поисковый характер и направлены на решение новой для студентов для них проблемы с опорой на имеющиеся у них теоретические знания.

Данный вид занятий предназначены для проведения текущего контроля успеваемости студентов, а также контроля самостоятельной (внеаудиторной) работы в форме опросов, оценки рефератов, презентаций. Время на подготовку к семинарским занятиям предоставляется студенту в соответствии графиком самостоятельной работы.

Внеаудиторная работа предполагает выполнение индивидуальных и групповых заданий по дисциплине, а также самостоятельную работу студентов. Индивидуальные занятия предполагают работу каждого студента по индивидуальному (групповому) заданию и личный устный/письменный отчет и презентацию результатов группе и преподавателю во время практических занятий.

К формам самостоятельной работы относится написание рефератов, сообщений, проработка теоретического материала, подготовка индивидуальных заданий.

Выполнение индивидуальных занятий не является аудиторным. Самостоятельная работа является внеаудиторной и предназначена для самостоятельного ознакомления

студента с определенными разделами курса по рекомендованным преподавателем источникам.

Самостоятельная работа студента предполагает различные формы индивидуальной учебной деятельности: работа с мультимедийным учебно-методическим комплексом дисциплины, с электронными образовательными ресурсами. Выбор видов самостоятельной работы определяется индивидуально-личностным подходом к обучению совместно преподавателем и студентом.

Основной формой самостоятельной подготовки студента является выполнение реферата. Темы рефератов указаны в рабочей программе. Они являются примерными, поэтому по согласованию с преподавателем студент может предложить свою тему реферата. В случае принятия нового нормативного акта, выхода актуальной литературы, преподаватель, ведущий практические занятия, может уточнить тематику, сузить ее, предложить подготовку реферата с последующей публичной защитой одновременно нескольким студентам. При подготовке реферата студент должен решить следующие задачи: — обосновать актуальность и значимость темы; — ознакомиться с литературой и сделать её анализ; — собрать необходимый материал для исследования; — провести систематизацию и анализ собранных данных; — изложить свою точку зрения по дискуссионным вопросам по теме исследования; — по результатам полученных данных сделать собственные выводы. Реферат должен быть оформлен: напечатан, подписан и сдан преподавателю в установленные сроки. Работа оформляется в соответствии с требованиями ГОСТа, выполняется на бумаге формата А4, шрифт – 14 Times New Roman, межстрочный интервал – полуторный, границы полей: верхнее и нижнее – 20 мм, правое – 10 мм, левое – 30 мм. Оптимальный объем реферата – 10-15 страниц.

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.

7. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю)

7.1 Перечень информационно-коммуникационных технологий

Проверка самостоятельной работы студента и консультирование посредством электронной почты.

7.2 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения

Для проведения практических занятий по дисциплине предусмотрено использование компьютерных программ:

1. Программа для просмотра и создания текстовых файлов («Microsoft Word»)
2. Программа для просмотра pdf-файлов («AdobeReader»)
3. Программа для демонстрации и создания презентаций («MicrosoftPowerPoint»)
4. Программа для демонстрации видео материалов (проигрыватель «WindowsMediaPlayer»)

7.3 Перечень современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем

1. Справочно-правовая система «Консультант Плюс» (<http://www.consultant.ru>)
2. Электронная библиотечная система eLIBRARY.RU (<http://www.elibrary.ru/>)
3. Электронная библиотечная система Издательства «Лань» (<http://www.e.lanbook.com/>);

4. Электронная библиотечная система «Университетская библиотека ONLINE» (<http://www.biblioclub.ru>).
5. Электронная библиотечная система «Юрайт» (<http://www.biblio-online.ru>)
6. Электронная библиотечная система «BOOK.ru» (<http://www.book.ru>)
7. Электронная библиотечная система «ZNANIUM.COM» (<http://www.znanium.com>)

8. Материально-техническое обеспечение по дисциплине (модулю)

№	Вид работ	Наименование учебной аудитории, ее оснащенность оборудованием и техническими средствами обучения
1.	Семинарские занятия	Учебная аудитория (350018 г. Краснодар, ул. Сормовская 7) ауд.№ 304,305,404,406,407,408,409, 411 (Комплект учебной мебели, доска учебная)
2.	Групповые и индивидуальные консультации	Учебная аудитория (350018 г. Краснодар, ул. Сормовская 7) ауд.№ 202,306,307,407,408,409,411 (Комплект учебной мебели, доска учебная) ауд. 310 (Мультимедийная аудитория с выходом в ИНТЕРНЕТ: комплект учебной мебели - 16 шт.; доска учебная.; ПЭВМ учебная - 1 шт.; ПЭВМ преподавателя 1 шт., комплект аудиозаписывающего оборудования, микшерный пульт) ауд. 410 (выходом в ИНТЕРНЕТ: комплект учебной мебели доска учебная.; ПЭВМ учебная - 3 шт.; ПЭВМ преподавателя 1 шт., комплект аудиозаписывающего оборудования, микшерный пульт, комплект фотооборудования) ауд. 412 (Мультимедийная аудитория с выходом в ИНТЕРНЕТ: комплект учебной мебели доска учебная.; ПЭВМ учебная - 3 шт.; ПЭВМ преподавателя 1 шт., комплект аудиозаписывающего оборудования, микшерный пульт, комплект видеозаписывающего оборудования)
3.	Текущий контроль, промежуточная аттестация	Учебная аудитория (350018 г. Краснодар, ул. Сормовская 7) ауд.№ 304,305,306,404,406,407,408,409 (Комплект учебной мебели, доска учебная)
4.	Самостоятельная работа	Кабинет для самостоятельной работы, оснащенный компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет», программой экранного увеличения и обеспеченный доступом в электронную информационно-образовательную среду университета.