

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«КУБАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Факультет управления и психологии

УТВЕРЖДАЮ:

Проректор по учебной работе,
качеству образования – первый
проректор

Хагуров Т.А.

подпись

«28» мая 2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Б1.В.19 Управление брендом работодателя

Направление подготовки	38.03.03 Управление персоналом
Направленность (профиль)	Развитие и оценка персонала
Форма обучения	заочная
Квалификация выпускника	бакалавр

Краснодар 2021

Рабочая программа дисциплины Б1.В.19 Управление брендом работодателя составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования (ФГОС ВО) по направлению подготовки 38.03.03 «Управление персоналом»

Программу составил(и):

Л.С. Скрипниченко, доцент,
к.социол.наук, доцент



подпись

Рабочая программа дисциплины утверждена на заседании кафедры управления персоналом и организационной психологии протокол № 08 «17» марта 2021 г.

Заведующий кафедрой (разработчика)
Лузаков А.А.



подпись

Утверждена на заседании учебно-методической комиссии факультета управления и психологии протокол № 04 от 26 апреля 2021 г.

Председатель УМК факультета
Шлюбуль Е.Ю.



Рецензенты:

1. Мясникова Т.А., д.экон.н., доцент кафедры государственного и муниципального управления Кубанского государственного университета,
2. Передерий В.А., доцент кафедры социологии и культурологии Кубанского государственного аграрного университета, канд., социологич. наук.

1 Цели и задачи изучения дисциплины (модуля)

1.1 Цель освоения дисциплины - приобретение теоретических знаний о бренде как основополагающей категории имиджа организации, знакомство с особенностями управления и развития бренда работодателя, формирование у студентов профессиональных компетенций по разработке продукт-брендов организации.

1.2 Задачи дисциплины

- формирования знаний в области «брендинга» работодателя, определять порядок формирования, ведения банка данных о персонале организации и предоставления отчетности при проведении оценки и аттестации персонала;

- умение использовать теоретические положения при анализе и создания брендов (товарных знаков) различных предприятий (товарных групп);

- владение методами и навыками разработки конкурентоспособных брендов (товарных знаков) различных предприятий (товарных групп); систематизация технологий администрирования процессов и документооборота по развитию и профессиональной карьере, обучению, адаптации и стажировке персонала.

1.3 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина Б1.В.19 Управление брендом работодателя относится к обязательной части Блока 1 «Дисциплины (модули)» учебного плана.

В методическом плане дисциплина опирается на знания, полученные при изучении следующих учебных курсов: «Основы управления персоналом», «Основы теории управления», «Теория организации».

Полученные в процессе обучения знания могут быть использованы при изучении таких дисциплин как, «Основы кадровой политики и кадрового планирования», «Консультирование по управлению персоналом», «Технологии адаптации персонала».

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

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

Код и наименование индикатора*	Результаты обучения по дисциплине
ПК-1.2 Понимает проведение администрирования процессов и документооборота при проведении оценки и аттестации персонала.	Определяет порядок формирования, ведения банка данных о персонале организации и предоставления отчетности при проведении оценки и аттестации персонала.
	Формирует требования при формировании, ведении банка данных о персонале организации и предоставлении отчетности при проведении оценки и аттестации персонала.
	Разрабатывает подходы при формировании, ведении банка данных о персонале организации и предоставлении отчетности при проведении оценки и аттестации персонала.
ПК-2.3 Проводит анализ рынка образовательных услуг и потребностей организации в обучении и развитии персонала.	Определяет направления анализа рынка образовательных услуг и потребностей организации в обучении и развитии персонала.
	Обобщает данные анализа рынка образовательных услуг и потребностей организации в обучении и развитии персонала.
	Пользуется поисковыми системами и информационными ресурсами для анализа рынка образовательных услуг и потребностей организации в обучении и развитии персонала.
ПК-3.4 Осуществляет администрирование процессов и документооборота по развитию и профессиональной карьере, обучению, адаптации и стажировке персонала.	Определяет администрирование процессов и документооборота по развитию и профессиональной карьере, обучению, адаптации и стажировке персонала.
	Собирает, анализирует и применяет технологии администрирования процессов и документооборота по развитию и профессиональной карьере, обучению, адаптации и стажировке персонала.
	Систематизирует технологии администрирования процессов и документооборота по развитию и профессиональной карьере, обучению, адаптации и стажировке персонала.

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

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

2. Структура и содержание дисциплины

2.1 Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 зачетных единиц (108 часов), их распределение по видам работ представлено в таблице

Виды работ		Всего часов	Форма обучения			
			очная		очно-заочная	заочная
			X семестр (часы)	X семестр (часы)	X семестр (часы)	4 курс (часы)
Контактная работа, в том числе:						
Аудиторные занятия (всего):		10				10
занятия лекционного типа		4				4
лабораторные занятия		-				-
практические занятия		-				-
семинарские занятия		6				6
Иная контактная работа:						
Промежуточная аттестация (ИКР)		0,2				0,2
Самостоятельная работа, в том числе:		94				94
Проработка учебного (теоретического) материала		34				34
Выполнение индивидуальных заданий (подготовка сообщений, презентаций)		30				30
Решение ситуационных задач		30				30
Контроль:						
Подготовка к экзамену						
Общая трудоемкость	час.	108				108
	в том числе контактная работа	10,2				10,2
	зач. ед	3				3

2.2 Содержание дисциплины

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.

Разделы (темы) дисциплины, изучаемые в 7 семестре (4 курсе) (заочная форма обучения)

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1.	Брендинг и роль брендов в деятельности компании		0,5	1	-	15
2.	Стратегический анализ бренда		0,5	1	-	15
3.	Управление портфелем брендов		0,5	1	-	16
4.	Создание и оценка активов бренда		0,5	1	-	16
5.	Стратегии развития бренда во времени		1	1	-	16
6.	Бренд-коммуникации. Тенденции в брендинге.		1	1	-	16
	ИТОГО по разделам дисциплины		4	6	-	94
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,2			-	
	Общая трудоемкость по дисциплине	108			-	

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.	Брендинг и роль брендов в деятельности компании	Что такое бренд? Переход от продукта к бренду. Базовые понятия брендинга и их взаимосвязь. Функции брендов. Характеристики сильных брендов. Проблемы создания и управления сильными брендами.	Степень участия в интерактивных формах аудиторной работы
2.	Стратегический анализ бренда	Цели анализа. Источники информации. Анализ потребителей: «погружение», метод градуирования, использование фокус-групп. Сегментация рынка (процесс 5W).	Проработка учебного (теоретического) материала
3.	Управление портфелем брендов	Портфель брендов: цели создания и общие принципы управления. Иерархия брендов. Архитектура бренда. Роли Взаимоотношения брендов: дом брендов, бренд-дом.	Дискуссия по вопросам
4.	Создание и оценка активов бренда	Составляющие капитала бренда. Факторы, влияющие на капитал бренда. Механизм формирования ценности для компании и потребителей.	Проработка учебного (теоретического) материала
5.	Стратегии развития бренда во времени	Процесс управления брендом. Управление брендами с помощью концепции жизненного цикла товара. Жизненный цикл бренда. Рычаги усиления бренда. Расширение бренда.	Степень участия в групповой форме аудиторной работы
6.	Бренд-коммуникации. Тенденции в брендинге.	Роль интегрированных маркетинговых коммуникаций в создании сильных брендов. «Колесо бренд-менеджмента»: воздействие на 360°. Роль рекламы в создании и продвижении брендов. Создание брендов без использования рекламы: спонсорство как инструмент создания бренда, создание брендов в Интернет.	Дискуссия по вопросам

2.3.2 Занятия семинарского типа (практические / семинарские занятия)

№	Наименование раздела (темы)	Тематика занятий/рабоч	Форма текущего контроля
1.	Брендинг и роль брендов в	Бренд и его роль в корпоративной стратегии. Переход от модели бренд-менеджмента к модели бренд-	Подготовка сообщений по

	деятельности компании	лидерства. Ключевые решения в области брендинга. Нужно ли создавать собственный бренд? Модели создания брендов: 5I, S-brands стратегическая модель Л. де Чернатони.	плану проблемного семинара
2.	Стратегический анализ бренда	Анализ брендов конкурентов: позиции конкурентов, анализ сильных семиотический анализ. Анализ бренда компании: структура бренда, анализ сильных и слабых сторон, связи с другими брендами. Технология brand mapping.	Сообщения согласно плану проблемного семинара, с опорой на структуру и функции управления
3.	Управление портфелем брендов	Аудит портфеля брендов. Портфельный анализ: McKinsey/GE, матрица качественного анализа McKinsey. Оценка прибыльности портфеля брендов.	Решение ситуационных задач по плану проблемного семинара
4.	Создание и оценка активов бренда	Платформа бренда: видение, миссия и ценности бренда. Определение сущности бренда. Типология культурных идей.	Подготовка сообщений по плану проблемного семинара
5.	Стратегии развития бренда во времени	Растягивание бренда: движение бренда вниз и вверх. Совместный брендинг. Ингредиентный брендинг. Перепозиционирование брендов. Ликвидация бренда: причины и стратегии. Ребрендинг.	Сообщения согласно плану проблемного семинара
6.	Бренд-коммуникации. Тенденции в брендинге.	Частные бренды: выгоды для потребителя, производителя и торговой организации. Частные бренды в России. Краткосрочные бренды: вымысел или реальность?	Решение ситуационных задач по плану проблемного семинара

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

2.3.3 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	Проработка теоретического материала (подготовка к проблемным семинарам)	Методические рекомендации для студентов направления управление персоналом по выполнению письменных работ, самостоятельной работы, утвержденные кафедрой управления персоналом и организационной психологией
2	Выполнение индивидуальных заданий (подготовка сообщений, презентаций)	
3	Подготовка к текущему контролю	

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, применяемые при освоении дисциплины (модуля)

Удельный вес занятий, проводимых в интерактивных формах определяется главной целью программы, особенностью контингента обучающихся и содержанием конкретных дисциплин: проблемная лекция, лекция-дискуссия, организация совместного решения проблем, анализ конкретных ситуаций, семинар-дискуссия, тестирование.

В преподавании курса используются современные образовательные технологии:

- мультимедийные лекции с элементами дискуссии;
- информационно-коммуникативные технологии;
- исследовательские методы в обучении;
- проблемное обучение.

В учебном процессе используются активные и интерактивные формы проведения занятий.

На этапе изучения первых трех разделов, которые носят в большей степени теоретический характер используются групповые и самостоятельные формы работы, направленные на осмысление сложных неструктурированных проблем предмета обучения, формирование собственной аргументированной позиции по проблемным аспектам изучаемой темы. Применяемые образовательные технологии: работа в малых группах/парах по разбору конкретных ситуаций; лекция с элементами дискуссии; проблемный семинар-дискуссия.

Последующие разделы направлены на решение поставленных целей в рамках учебной дисциплины и требуют использования методов обучения, направленных на формирование умений и навыков специальной аналитики, методов сбора информации для выявления потребности в формировании заказа организации в обучении и развитии персонала. Для этого внедрены следующие образовательные технологии:

1. Проведение проблемного семинара, в рамках которого студенты решают двудединую задачу: а) получают знания по очередной теме учебного модуля; б) адаптируют их к структуре ситуационных задач.

2. Аналитические технологии, применяемые в анализе практических ситуаций.

3. Решение ситуационных задач предполагает интеграцию всех аналитических умений и навыков в рамках одного содержательного задания, позволяющего оценить эффективность реализуемых навыков кооперации с коллегами, к работе на общий результат, обладанием навыками организации и координации взаимодействия между людьми, контроля и оценки эффективности деятельности других; способность и готовность оказывать консультации по формированию слаженного, нацеленного на результат

трудового коллектива (взаимоотношения, морально-психологический климат), умением применять инструменты прикладной социологии в формировании и воспитании трудового коллектива.

4. Индивидуальные и групповые консультации. Индивидуальные консультации проводятся раз в неделю после учебных занятий посредством предметного диалога преподавателя с бакалавром по различным содержательным и организационным вопросам учебного модуля.

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

4. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

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

Оценочные средства включает контрольные материалы для проведения **текущего контроля** в форме доклада-презентации по проблемным вопросам, разноуровневых заданий, ситуационных задач и **промежуточной аттестации** в форме вопросов к зачету.

Структура оценочных средств для текущей и промежуточной аттестации

№ п/п	Код и наименование индикатора	Результаты обучения	Наименование оценочного средства	
			Текущий контроль	Промежуточная аттестация
1	ПК-1.2 Понимает проведение администрирования процессов и документооборота при проведении оценки и аттестации персонала.	Определяет порядок формирования, ведения банка данных о персонале организации и предоставления отчетности при проведении оценки и аттестации персонала.	Вопросы для устного (письменного) опроса по теме, разделу	Вопрос на зачете 1-2
2		Формирует требования при формировании, ведении банка данных о персонале организации и предоставлении отчетности при проведении оценки и аттестации персонала.	Решение ситуационных задач по плану проблемного семинара	Вопрос на зачете 3-5
3		Разрабатывает подходы при формировании, ведении банка данных о персонале организации и предоставлении отчетности при проведении оценки и аттестации персонала.	Подготовка сообщений по плану проблемного семинара	Вопрос на зачете 6-9
4	ПК-2.3 Проводит анализ рынка образовательных услуг и потребностей организации в обучении и развитии персонала.	Определяет направления анализа рынка образовательных услуг и потребностей организации в обучении и развитии персонала.	Вопросы для устного (письменного) опроса по теме, разделу	Вопрос на зачете 10-13
5		Обобщает данные анализа рынка образовательных услуг и потребностей организации в обучении и развитии персонала.	Решение ситуационных задач по плану проблемного семинара	Вопрос на зачете 14-17

6		Пользуется поисковыми системами и информационными ресурсами для анализа рынка образовательных услуг и потребностей организации в обучении и развитии персонала.	Подготовка сообщений по плану проблемного семинара	Вопрос на зачете 18-19
7	ПК-3.4 Осуществляет администрирование процессов и документооборота по развитию и профессиональной карьере, обучению, адаптации и стажировке персонала.	Определяет администрирование процессов и документооборота по развитию и профессиональной карьере, обучению, адаптации и стажировке персонала.	Вопросы для устного (письменного) опроса по теме, разделу	Вопрос на зачете 20-21
8	профессиональной карьере, обучению, адаптации и стажировке персонала.	Собирает, анализирует и применяет технологии администрирования процессов и документооборота по развитию и профессиональной карьере, обучению, адаптации и стажировке персонала.	Решение ситуационных задач по плану проблемного семинара	Вопрос на зачете 22-23
9		Систематизирует технологии администрирования процессов и документооборота по развитию и профессиональной карьере, обучению, адаптации и стажировке персонала.	Подготовка сообщений по плану проблемного семинара	Вопрос на зачете 24-25

Показатели, критерии и шкала оценки сформированных компетенций

Код и наименование индикатора	Соответствие уровней освоения компетенции планируемым результатам обучения и критериям их оценивания		
	пороговый	базовый	продвинутый
	Оценка		
	Удовлетворительно /зачтено	Хорошо/зачтено	Отлично /зачтено
ПК-1.2 Понимает проведение администрирования процессов и документооборота при проведении оценки и аттестации персонала.	ПК-1.2 Определяет порядок формирования, ведения банка данных о персонале организации и предоставления отчетности при проведении оценки и аттестации персонала.	ПК-1.2 Формирует требования при формировании, ведении банка данных о персонале организации и предоставлении отчетности при проведении оценки и аттестации персонала.	ПК-1.2 Разрабатывает подходы при формировании, ведении банка данных о персонале организации и предоставлении отчетности при проведении оценки и аттестации персонала.
ПК-2.3 Проводит анализ рынка образовательных услуг и потребностей организации в обучении и развитии персонала.	ПК-2.3 Определяет направления анализа рынка образовательных услуг и потребностей организации в обучении и развитии персонала.	ПК-2.3 Обобщает данные анализа рынка образовательных услуг и потребностей организации в обучении и развитии персонала.	ПК-2.3 Пользуется поисковыми системами и информационными ресурсами для анализа рынка образовательных услуг и потребностей организации в обучении и развитии персонала.

ПК-3.4 Осуществляет администрирование процессов и документооборота по развитию и профессиональной карьеры, обучению, адаптации и стажировке персонала.	ПК-3.4 Определяет администрирование процессов и документооборота по развитию и профессиональной карьеры, обучению, адаптации и стажировке персонала.	ПК-3.4 Собирает, анализирует и применяет технологии администрирования процессов и документооборота по развитию и профессиональной карьеры, обучению, адаптации и стажировке персонала.	ПК-3.4 Систематизирует технологии администрирования процессов и документооборота по развитию и профессиональной карьеры, обучению, адаптации и стажировке персонала.
--	--	--	--

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

4.1.1. Вопросы по проблемному семинару

1. Какие выгоды предоставляет потребителю бренд в отличие от продукта?
2. Для чего необходима оценка стоимости бренда?
3. В какой товарной категории движение бренда вниз будет сопряжено с наибольшим риском?
4. Какой инструмент коммуникаций в наибольшей степени подходит для создания осведомленности о новом бренде, ориентированного на потребителей с низким уровнем доходов?
5. На чем может быть основана ценность виртуальных брендов для потребителей?

Перечень части компетенций, проверяемых оценочным средством:

ПК-1.2 Понимает проведение администрирования процессов и документооборота при проведении оценки и аттестации персонала.

4.1.2 Сообщения согласно плану проблемного семинара

1. Каковы принципы построения бренд-ориентированной компании?
2. Каковы основные типы брендов в зависимости от разновидностей брендируемых объектов?
3. Дом брендов и брендируемый дом: в чем различие этих подходов к брендированию, каковы их преимущества и недостатки.
4. Портфель бренда и архитектура бренда: в чем состоит различие этих понятий? Каким образом можно представить структуру портфеля брендов одной компании?
5. Как разрабатывается система идентичности бренда? Как разрабатывается система реализации идентичности бренда?

Перечень части компетенций, проверяемых оценочным средством:

ПК-2.3 Проводит анализ рынка образовательных услуг и потребностей организации в обучении и развитии персонала.

4.1.3 Решение ситуационных задач по плану проблемного семинара

1. Представьте, что Вы являетесь бренд-менеджером компании, производящей одежду для тинейджеров. Какие ассоциации Вы бы стремились сформировать для такого бренда? Каким образом Ваша компания может развить/расширить идентичность своего бренда, используя возможности Интернета? Как Ваша компания может развивать взаимоотношения «бренд-клиент» с помощью Интернета?

2. ЗАО «Журнал «Эксперт», как и его конкуренты на рынке деловых журналов, стремится усиливать присутствие своего (реального) бренда в Интернет. Какие выгоды должен обеспечить потребителям такой онлайн-журнал? На Ваш взгляд, будет ли это решение влиять на капитал бренда Эксперт? И если да, то каким образом?

Перечень части компетенций, проверяемых оценочным средством:

ПК-3.4 Осуществляет администрирование процессов и документооборота по развитию и профессиональной карьеры, обучению, адаптации и стажировке персонала.

4.1.4 Подготовка сообщений по плану проблемного семинара

1. Каковы основные методы изучения и формы презентации бренд-имиджа?
2. Что такое атрибуты бренда, какие виды атрибутов принято различать в рендинге?
3. В чем состоит различие жизненного цикла товара и жизненного цикла бренда?
4. Каковы стратегические задачи управления брендом?
5. Что такое капитал бренда? Как развивается бренд в контексте построения отношений с потребителями?
6. Что такое лояльность бренду и какие типы лояльности выделяют в современном брендинге? Каковы основные методы формирования лояльности бренду?

Перечень части компетенций, проверяемых оценочным средством:

ПК-3.4 Осуществляет администрирование процессов и документооборота по развитию и профессиональной карьеры, обучению, адаптации и стажировке персонала.

4.1.5 Решение ситуационных задач по плану проблемного семинара

1. Подходы к маркетинговым исследованиям в брендинге.
2. Качественные методы исследования: произвольные ассоциации, проективные методики, оценка личности и ценностей торговой марки, методы наблюдения.
3. Количественные методы исследования: оценка осведомленности, изучение образа марки, оценка восприятия торговой марки, оценка приверженности к торговой марке.

Перечень части компетенций, проверяемых оценочным средством:

ПК-2.3 Проводит анализ рынка образовательных услуг и потребностей организации в обучении и развитии персонала.

Зачетно-экзаменационные материалы для промежуточной аттестации (зачет)

1. Взаимосвязь и различия понятий о бренде и торговой марке.
2. Основные понятия бренд-менеджмента. Место бренда в фирменном стиле.
3. Классификация бренда. Принципы работы с брендом.
4. Процесс создания бренда. Создание имиджа организации.
5. Архитектура брендинга. Создание системы приверженности потребителей к бренду.
6. Технология брендинга как перспективное направление рекламной деятельности.
7. Управление активами бренда.
8. Методы и этапы оценки стоимости и лояльности потребителей к бренду.
9. Этапы и технология создания бренд-плана.
10. Основные разделы и реализация бренд-плана.
11. Опыт, проблемы и перспективы брендинга в России.
12. Нормативно-правовая база работы с товарными знаками.
13. Реализация мероприятий по защите бренда.
14. Теория архетипов и практика брендинга.
15. Люди-бренды и human branding: особенности, возможности использования в рекламе.

16. Использование имени бренда, ранее удачно закрепившегося.
17. Внутреннее позиционирование бренда.
18. Феномены бренда: история появления и развития бренда.
19. Информационное обеспечение процесса управления брендом на рынке потребительских товаров и услуг.
20. Бренд и управление компанией на основе стоимости.
21. Бренд как стратегия: создание и поддержание бренда как ключевой элемент стратегии.
22. Восприятие бренда покупателями. Психосемантические методы в исследованиях бренда.
23. Бренд и общество - разделение ценностей.
24. Методы оценки стоимости бренда.
25. Товарный знак. Экономические и правовые аспекты.

Критерии оценивания по зачету:

«зачтено» - студент активно участвует в дискуссии, логично и последовательно выражает свой ответ, демонстрирует знания научной терминологии в контексте ответа; объясняет причинно-следственные и функциональные связи; раскрывает на примерах теоретические положения и понятия; формулирует собственные суждения и аргументы, умеет правильно объяснять изученный материал, иллюстрируя его примерами из практической деятельности; допускает несущественные ошибки, недостаточно полно раскрыл содержание вопроса, не смог в процессе беседы самостоятельно дать необходимые поправки и дополнения.

«не/зачет» - студентом допущены значительные ошибки, в ответе не раскрыты некоторые существенные аспекты содержания, студент не смог показать необходимые умения применения методов командного взаимодействия; материал не усвоен или усвоен частично, студент затрудняется привести примеры по изученному материалу, довольно ограниченный объем знаний.

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

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

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

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

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

Для лиц с нарушениями зрения:

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

Для лиц с нарушениями слуха:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

5. Перечень учебной литературы, информационных ресурсов и технологий

5.1. Учебная литература

1. Пономарёва, Е. А. Бренд-менеджмент / Е. А. Пономарёва. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 341 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9046-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/469359>.
2. Рожков, И. Я. Брендинг : учебник для бакалавров / И. Я. Рожков, В. Г. Кисмерешкин. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 331 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3284-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/484939>.
3. Тульчинский, Г. Л. Бренд-менеджмент. Брендинг и работа с персоналом / Г. Л. Тульчинский, В. И. Терентьева. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 255 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05503-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/471939>.

5.2. Периодическая литература

1. Базы данных компании «Ист Вью» <http://dlib.eastview.com>
2. Электронная библиотека GREBENNIKON.RU <https://grebennikon.ru/>
3. журнал "Управление персоналом" <http://www.top-personal.ru>
4. журнал «Работа с персоналом» <http://www.hr-journal.ru>
5. Журнал «Штат» www.hrmedia.ru
6. Журнал «Кадровик» panor.ru/journals/kadrovik
7. Электронный журнал «Директор по персоналу» <http://e.hr-director.ru>
8. Журнал «Генеральный директор» (раздел «Управление персоналом» www.gd.ru/rubric/view/id/122-upravlenie-personalom.
9. Журнал «Социологические исследования» <https://www.isras.ru/>

5.3. Интернет-ресурсы, в том числе современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Электронно-библиотечные системы (ЭБС):

1. ЭБС «ЮРАЙТ» <https://urait.ru/>
2. ЭБС «УНИВЕРСИТЕТСКАЯ БИБЛИОТЕКА ОНЛАЙН» www.biblioclub.ru
3. ЭБС «BOOK.ru» <https://www.book.ru>
4. ЭБС «ZNANIUM.COM» www.znanium.com
5. ЭБС «ЛАНЬ» <https://e.lanbook.com>

Профессиональные базы данных:

1. Web of Science (WoS) <http://webofscience.com/>
2. Scopus <http://www.scopus.com/>
3. ScienceDirect www.sciencedirect.com
4. Журналы издательства Wiley <https://onlinelibrary.wiley.com/>
5. Научная электронная библиотека (НЭБ) <http://www.elibrary.ru/>
6. Полнотекстовые архивы ведущих западных научных журналов на Российской платформе научных журналов НЭИКОН <http://archive.neicon.ru>
7. Национальная электронная библиотека (доступ к Электронной библиотеке диссертаций Российской государственной библиотеки (РГБ) <https://rusneb.ru/>
8. Президентская библиотека им. Б.Н. Ельцина <https://www.prlib.ru/>
9. Электронная коллекция Оксфордского Российского Фонда <https://ebookcentral.proquest.com/lib/kubanstate/home.action>
10. Springer Journals <https://link.springer.com/>
11. Nature Journals <https://www.nature.com/siteindex/index.html>

12. Springer Nature Protocols and Methods
<https://experiments.springernature.com/sources/springer-protocols>
13. Springer Materials <http://materials.springer.com/>
14. zbMath <https://zbmath.org/>
15. Nano Database <https://nano.nature.com/>
16. Springer eBooks: <https://link.springer.com/>
17. "Лекториум ТВ" <http://www.lektorium.tv/>
18. Университетская информационная система РОССИЯ <http://uisrussia.msu.ru>

Информационные справочные системы:

1. Консультант Плюс - справочная правовая система (доступ по локальной сети с компьютеров библиотеки)

Ресурсы свободного доступа:

1. Американская патентная база данных <http://www.uspto.gov/patft/>
2. Полные тексты канадских диссертаций <http://www.nlc-bnc.ca/thesescanada/>
3. КиберЛенинка (<http://cyberleninka.ru/>);
4. Министерство науки и высшего образования Российской Федерации <https://www.minobrnauki.gov.ru/>;
5. Федеральный портал "Российское образование" <http://www.edu.ru/>;
6. Информационная система "Единое окно доступа к образовательным ресурсам" <http://window.edu.ru/>;
7. Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов <http://school-collection.edu.ru/> .
8. Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов (<http://fcior.edu.ru/>);
9. Проект Государственного института русского языка имени А.С. Пушкина "Образование на русском" <https://pushkininstitute.ru/>;
10. Справочно-информационный портал "Русский язык" <http://gramota.ru/>;
11. Служба тематических толковых словарей <http://www.glossary.ru/>;
12. Словари и энциклопедии <http://dic.academic.ru/>;
13. Образовательный портал "Учеба" <http://www.ucheba.com/>;
14. Законопроект "Об образовании в Российской Федерации". Вопросы и ответы http://xn--273--84d1f.xn--p1ai/voprosy_i_otvety

Собственные электронные образовательные и информационные ресурсы КубГУ:

1. Среда модульного динамического обучения <http://moodle.kubsu.ru>
2. База учебных планов, учебно-методических комплексов, публикаций и конференций <http://mschool.kubsu.ru/>
3. Библиотека информационных ресурсов кафедры информационных образовательных технологий <http://mschool.kubsu.ru;>
4. Электронный архив документов КубГУ <http://docspace.kubsu.ru/>
5. Электронные образовательные ресурсы кафедры информационных систем и технологий в образовании КубГУ и научно-методического журнала "ШКОЛЬНЫЕ ГОДЫ" <http://icdau.kubsu.ru/>

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

Лекционное занятие представляет собой систематическое, последовательное, монологическое изложение преподавателем-лектором учебного материала, как правило, теоретического характера. Такое занятие представляет собой элемент технологии представления учебного материала путем логически стройного, систематически последовательного и ясного изложения с использованием интерактивных образовательных технологий (мультимедийных, лекции-дискуссии, лекции-демонстрации).

Цель лекции – организация целенаправленной познавательной деятельности обучающихся по овладению программным материалом учебной дисциплины. Чтение курса

лекций позволяет дать связанное, последовательное изложение материала в соответствии с новейшими данными науки, сообщить слушателям основное содержание предмета в целостном, систематизированном виде.

Задачи лекции заключаются в обеспечении формирования системы знаний по учебной дисциплине, в умении аргументированно излагать научный материал, в формировании профессионального кругозора и общей культуры, в отражении еще не получивших освещения в учебной литературе новых достижений науки, в оптимизации других форм организации учебного процесса.

Практические занятия – являются формой учебной аудиторной работы, в рамках которой формируются, закрепляются и представляются знания, умения и навыки, интегрирующие результаты освоения компетенций как в лекционном формате, так в различных формах самостоятельной работы. К каждому занятию преподавателем формулируются практические задания, требования и методические рекомендации к их выполнению, которые представляются в фонде оценочных средств учебной дисциплины.

Контроль самостоятельной работы: для студентов дневной и заочной формы обучения – текущий контроль осуществляется в соответствии с программой занятий (еженедельно для студентов очной формы обучения; по семестрам – для студентов заочной формы обучения); промежуточный контроль по итогам освоения дисциплины осуществляется в форме рейтинговой системы оценок. Описание заданий для самостоятельной работы студентов и требований по их выполнению выдаются преподавателем в соответствии с разработанным фондом оценочных средств по дисциплине.

Самостоятельная работа студентов по данному учебному курсу предполагает поэтапную подготовку по каждому разделу в рамках соответствующих заданий:

Первый этап самостоятельной работы студентов включает в себя тщательное изучение теоретического материала на основе лекционных материалов преподавателя, рекомендуемых разделов основной и дополнительной литературы, материалов периодических научных изданий, необходимых для овладения понятийно-категориальным аппаратом и формирования представлений о комплексе аналитического инструментария, используемого как в рамках данной отрасли знания, так и публичной практике;

На втором этапе на основе сформированных знаний и представлений по данному разделу студенты выполняют практические задания, нацеленные на формирование умений и навыков в рамках заявленной компетенции. На данном этапе студенты осуществляют самостоятельный поиск эмпирических материалов в рамках конкретного задания, обобщают и анализируют собранный материал по схеме, рекомендованной преподавателем, формулируют выводы, готовят практические рекомендации, презентационные материалы для публичного их представления и обсуждения.

Критерии оценки заданий в рамках самостоятельной работы студентов формулируются преподавателем в фонде оценочных средств.

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.

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. Материально-техническое обеспечение по дисциплине (модулю)

По всем видам учебной деятельности в рамках дисциплины используются аудитории, кабинеты и лаборатории, оснащенные необходимым специализированным и лабораторным оборудованием.

Наименование специальных помещений	Оснащенность специальных помещений	Перечень лицензионного программного обеспечения
Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа	Мебель: учебная мебель Технические средства обучения: экран, проектор, компьютер	Microsoft Windows 8, 10 Microsoft Office Professional Plus
Учебные аудитории для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Мебель: учебная мебель Технические средства обучения: экран, проектор, компьютер	Microsoft Windows 8, 10 Microsoft Office Professional Plus

Для самостоятельной работы обучающихся предусмотрены помещения, укомплектованные специализированной мебелью, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.

Наименование помещений для самостоятельной работы обучающихся	Оснащенность помещений для самостоятельной работы обучающихся	Перечень лицензионного программного обеспечения
Помещение для самостоятельной работы обучающихся (читальный зал Научной библиотеки)	Мебель: учебная мебель Комплект специализированной мебели: компьютерные столы Оборудование: компьютерная техника с подключением к информационно-коммуникационной сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду образовательной организации, веб-камеры, коммуникационное оборудование, обеспечивающее доступ к сети интернет (проводное соединение и беспроводное соединение по технологии Wi-Fi)	Microsoft Windows 8, 10 Microsoft Office Professional Plus
Помещение для самостоятельной работы обучающихся (ауд.409)	Мебель: учебная мебель Комплект специализированной мебели: компьютерные столы Оборудование: компьютерная техника с подключением к информационно-коммуникационной сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду образовательной организации, веб-камеры, коммуникационное оборудование, обеспечивающее доступ к сети интернет (проводное соединение и беспроводное соединение по технологии Wi-Fi)	Microsoft Windows 8, 10 Microsoft Office Professional Plus