


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	очная
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), соотношенных 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
<b>ПК-1 Способен организовать и провести оценку и аттестацию персонала, осуществлять администрирование процессов и документооборота при проведении оценки и аттестации персонала</b>	
ИПК-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.
<b>ПК-2 Способен к организации и проведению мероприятий по развитию, обучению и построению профессиональной карьеры персонала</b>	
ИПК-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.
<b>ПК-3 способен проводить организацию адаптации и стажировки персонала, осуществлять администрирование процессов и документооборота по развитию и профессиональной карьере, обучению, адаптации и стажировке персонала</b>	
ИПК-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	Форма обучения
------------	-------	----------------

	часов	очная		очно- заочная	заочная
		7 семестр (часы)	X семестр (часы)		
<b>Контактная работа, в том числе:</b>					
<b>Аудиторные занятия (всего):</b>	<b>36</b>	<b>36</b>			
занятия лекционного типа	16	16			
лабораторные занятия	-	-			
практические занятия	-	-			
семинарские занятия	16	16			
<b>Иная контактная работа:</b>					
Контроль самостоятельной работы (КСР)	4	4			
Промежуточная аттестация (ИКР)	0,2	0,2			
<b>Самостоятельная работа, в том числе:</b>	<b>71,8</b>	<b>71,8</b>			
Проработка учебного (теоретического) материала	30	30			
Выполнение индивидуальных заданий (подготовка сообщений, презентаций)	30	30			
Решение ситуационных задач	11	11			
<b>Контроль:</b>					
Подготовка к экзамену					
<b>Общая трудоемкость</b>	<b>час.</b>	<b>108</b>	<b>108</b>		
	<b>в том числе контактная работа</b>	<b>36,2</b>	<b>36,2</b>		
	<b>зач. ед</b>	<b>3</b>	<b>3</b>		

## 2.2 Содержание дисциплины

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.

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

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1.	Брендинг и роль брендов в деятельности компании		2	2	-	12
2.	Стратегический анализ бренда		2	2	-	12
3.	Управление портфелем брендов		2	2	-	12
4.	Создание и оценка активов бренда		2	2	-	12
5.	Стратегии развития бренда во времени		4	4	-	12
6.	Бренд-коммуникации. Тенденции в брендинге.		4	4	-	11
	<i>ИТОГО по разделам дисциплины</i>		16	16	-	71,8
	Контроль самостоятельной работы (КСР)	4			-	
	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.	Дискуссия по вопросам

	Создание брендов без использования рекламы: спонсорство как инструмент создания бренда, создание брендов в Интернет.	
--	--	--

### 2.3.2 Занятия семинарского типа (практические / семинарские занятия)

№	Наименование раздела (темы)	Тематика занятий/работ	Форма текущего контроля
1.	Брендинг и роль брендов в деятельности компании	Бренд и его роль в корпоративной стратегии. Переход от модели бренд-менеджмента к модели бренд-лидерства. Ключевые решения в области брендинга. Нужно ли создавать собственный бренд? Модели создания брендов: 5I, S-brands стратегическая модель Л. де Чернатони.	Подготовка сообщений по 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 двуединую 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	ИПК-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	Решение ситуационных задач по плану проблемного семинара	Вопрос на зачете 3-5

		проведении оценки и аттестации персонала.		
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	ИПК-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	ИПК-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		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	Подготовка сообщений по плану	Вопрос на зачете 24-25

	процессов и документооборота по развитию и профессиональной карьере, обучению, адаптации и стажировке персонала.	и по проблемного семинара	
--	--	---------------------------	--

**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:*

ИПК-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 брендированный 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:*

ИПК-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:*

ИПК-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:*

ИПК-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:*

ИПК-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](http://www.hrmedia.ru)
6. Журнал «Кадровик» [ranog.ru/journals/kadrovik](http://ranog.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](http://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](http://www.biblioclub.ru)
3. ЭБС «BOOK.ru» <https://www.book.ru>
4. ЭБС «ZNANIUM.COM» [www.znanium.com](http://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](http://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.prilib.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.uceba.com/>;
14. Законопроект "Об образовании в Российской Федерации". Вопросы и ответы [http://xn--273--84d1f.xn--plai/voprosy\\_i\\_otvety](http://xn--273--84d1f.xn--plai/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