

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф- Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВО		

**УТВЕРЖДЕНО**  
решением Ученого совета

факультета культуры и искусства  
от «15» мая 2023 г., протокол №14/258



Председатель  /Н.С. Сафронов/  
Зав.кафедрой дизайна (подпись)

искусства интерьера факультета  
культуры и искусства

Е.Л.Силантьева (по доверенности  
№ 321/08 от 06.02.2023г.)

### РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина:	<u>Основы брендинга</u>
Факультет	ФКИ
Наименование кафедры (ПЦК, отделения и др.):	Связей с общественностью, рекламы и культурологии
курс	4

Направление (специальность) 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Профиль: реклама и связи с общественностью в коммерческих и некоммерческих организациях  
(код направления (специальности), полное наименование)

Форма обучения: очно-заочная

Дата введения в учебный процесс УлГУ: «1» сентября 2023 г.

Программа актуализирована на заседании кафедры: протокол №9 от 14.05.2024 г.

Программа актуализирована на заседании кафедры: протокол № \_\_\_\_\_ от \_\_\_\_\_ 20 \_\_\_\_\_ г.

Программа актуализирована на заседании кафедры: протокол № \_\_\_\_\_ от \_\_\_\_\_ 20 \_\_\_\_\_ г.

Сведения о разработчиках:

ФИО	Кафедра	Должность, ученая степень, звание
Кремнева Н.Ю.	СОРиК	к.с.н.

	СОГЛАСОВАНО
	Заведующий выпускающей кафедрой
	 А.К. Магомедов / Подпись ФИО «10»_05_2023 г.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф- Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВО		

## 1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ:

- формирование у студентов научных представлений о бренде и процессе его создания – брендинге,
- формирование практических навыков формирования программы брендинга.

### Задачи освоения дисциплины:

- приобретение знаний об актуальных теориях, концепциях, моделях и ключевых понятиях брендинга
- формирование навыков работы с основными моделями и прикладными инструментами разработки и исследований в области брендинга
- освоение технологий разработки, позиционирования и продвижения бренда, работы с коммуникациями бренда
- знакомство с организационными аспектами управления в системе бренд-менеджмента, инструментами бренд-менеджмента

## 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП, ОПОП:

*(указывается цикл (блок), к которому относится дисциплина (базовая или вариативная часть); формулируются требования к входным знаниям, умениям и компетенциям студента, необходимым для ее изучения; определяются дисциплины, для которых данная дисциплина является предшествующей).*

### Очно-заочная форма

Дисциплина «Основы брендинга» относится к базовому циклу дисциплин. Изучается в 8 семестре.

### Требования к входным знаниям, умениям и компетенциям студента, необходимым для ее изучения:

Учебный курс является продолжением освоения маркетинга, менеджмента, теории массовой коммуникации, психологии рекламы, социологии рекламы, связей с общественностью. Изучение дисциплины дает систему профессиональных знаний будущему специалисту в сфере рекламы и PR по всему циклу организации рекламной и PR деятельности от планирования, принятия решений и контроля результатов. К началу её изучения в качестве входных студенты должны иметь знания, позволяющие им понимать основные принципы функционирования современной организации (предшествующие дисциплины «Основы менеджмента», «Основы маркетинга», «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ», «Основы конфликтологии», «Демография и социальная статистика», «Социальные институты и процессы», «Основы предпринимательского права», «Технологии имиджмейкинга «Социальное предпринимательство»), базовые подходы к рекламной и PR-деятельности (предшествующие дисциплины «Основы теории и практики рекламы», «Основы теории и практики связей с общественностью», «Основы теории коммуникации», «Теория и практика массовой информации», «PR в сфере культуры», «Связи с общественностью и реклама в некоммерческих организациях», «Социология массовых коммуникаций». «Психология массовых коммуникаций», «Правовое регулирование рекламы и связей с общественностью», «Основы интегрированных коммуникаций», «Планирование рекламных кампаний», «Планирование PR-кампаний», «Профессиональная этика специалиста по рекламе и связям с общественностью»). Этот ряд компетенций позволяет студентам понимать суть управления рекламой и связями с общественностью как специфического вида деятельности в системе менеджмента компании. Учебная, производственные практики.

### Дисциплины, для которых данная дисциплина является предшествующей:

Полученные компетенции являются основой изучения последующих дисциплин «Цифровой маркетинг», «Реклама и связи с общественностью в государственных учреждениях», Преддипломная практика, ГИА.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф- Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВО		

### 3. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ), СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

(перечень формируемых компетенций в процессе освоения материала по дисциплине (модулю)) в соответствии с ФГОС ВО;

УК1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач

ПК2 Способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении кампаний и мероприятий по продвижению продуктов

№ п/п	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или ее части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны:		
			знать	уметь	владеть
1	УК1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	принципы организации бренд-коммуникаций в компании, методы оперативного планирования работы в области брендинга, типовые профессиональные функции в области рекламы и брендинга.	планировать, осуществлять и оценивать деятельность по построению бренда и ребрендингу, анализировать, планировать и выполнять профессиональные функции в области рекламы, оценивать эффективность бренд-активности	навыками осуществления профессиональных функций в области брендинга
2	ПК2	Способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении кампаний и мероприятий по продвижению продуктов	современные технологии продвижения бренда, планирования коммуникационных кампаний и мероприятий, механизмы разработки, оперативного контроля и оценки бренд-активности компании	проводить мероприятия по формированию лояльности к бренду, подготовке коммуникационных кампаний и мероприятий	разработки комплексной программы брендинга и ее презентации, реализации и управления комплексной программой брендинга и коммуникационными кампаниями,

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф- Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВО		

#### 4. ОБЩАЯ ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ

Объем дисциплины в зачетных единицах (всего) \_\_\_\_\_ 3 зет \_\_\_\_\_

по видам учебной работы (в часах)

Вид учебной работы	Количество часов (форма обучения очно-заочная )	
	Всего по плану	В т.ч. по семестрам
1	2	8
Контактная работа обучающихся с преподавателем	24	4
Аудиторные занятия:		24
Лекции	8	8
практические и семинарские занятия	16	16
Самостоятельная работа	84	84
Форма текущего контроля знаний и контроля самостоятельной работы: тестирование, контр. работа, коллоквиум, реферат и др.(не менее 2 видов)		Контрольная работа, проектное задание
Виды промежуточной аттестации (экзамен, зачет)		зачет
Всего часов по дисциплине	108	108

\* В случае необходимости использования в учебном процессе частично/исключительно дистанционных образовательных технологий в таблице через слеш указывается количество часов работы ППС с обучающимися для проведения занятий в дистанционном формате с применением электронного обучения

Содержание дисциплины (модуля). Распределение часов по темам и видам учебной работы:

Форма обучения \_\_\_ очно-заочная \_\_\_

Название разделов и тем	Всего	Виды учебных занятий					Форма текущего контроля знаний
		Аудиторные занятия			Занятия в интерактивной форме	Самостоятельная работа	
		Лекции	Практические занятия, семинары	Лабораторные работы, практикумы			
1	2	3	4	5	6	7	
<b>Раздел 1. Разработка и продвижение бренда.</b>							
1. Понятие бренда и брендинга	13	1	2			10	Устный опрос
2. Идентичность бренда	13	1	2			10	Устный опрос
3. Позиционирование бренда	13	1	2			10	Устный опрос Практическое задание

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет				Форма			
Ф- Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВО							
4. Капитал бренда	13	1	2			10	Устный опрос Практическое задание
5. Коммуникации бренда	14	1	2			11	Устный опрос Практическое задание
6. Бренд-менеджмент	14	1	2		2	11	Устный опрос Практическое задание
7. Ребрендинг	14	1	2		2	11	Устный опрос
8. Виды брендинга	14	1	2		2	11	Устный опрос
Итого	108	8	16		6	84	

## 5. СОДЕРЖАНИЕ КУРСА

### Тема 1. Понятие бренда и брендинга

Определение бренда, торговой марки, торгового знака. Различия между продуктом и брендом. Признаки бренда. Понятия брендинг и бренд-менеджмент. Брендинг как маркетинговый инструмент. Брендинг как концепция управления брендом. Преимущества брендинга. Бренд как нематериальный актив. Бренд как фактор лояльности. Атрибуты бренда.

ДНК бренда: понятие и структура. Миссия, история бренда, ценности, предложение, дизайн, Tone of voice.

Платформа бренда. Элементы платформы: видение, миссия, ценности, отношения.

Индустриальные и информационные бренды.

### Тема 2. Идентичность бренда

Понятие “Идентичность бренда”. Модель идентичности бренда Д.Аакера: суть бренда, стержневая и расширенная идентичность. Призма идентичности бренда Ж.Н.Капферера. Модель идентичности бренда “Brand Key”.

Понятие “Личность бренда”. Способы формирования ассоциаций личности бренда. Модель личности бренда Дж.Аакер.

Понятие “Имидж бренда”. Различия между идентичностью бренда и имиджем бренда.

Анализ разрывов. Разрывы, связанные с идентичностью бренда: с образом, с позиционированием, с внутренней средой, с атрибутами продукта.

### Тема 3. Позиционирование бренда

Подходы к позиционированию бренда. Конкурентное позиционирование и позиционирование в сознании потребителей. Основы позиционирования: что, для кого, почему, против кого. Процесс разработки позиционирования. Подходы к формированию позиционирования: эмоциональное нематериальное Vs рациональное и материальное, продуктовая категория Vs мироощущение потребителя, уникальное торговое предложение, эмоциональное торговое предложение Vs социальное торговое предложение. Схемы формулировки позиционирования. Критерии оценки позиционирования. Ценностное предложение Vs позиционирование. Структура ценностного предложения. Репозиционирование. Причины и задачи репозиционирования.

### Тема 4. Капитал бренда

Понятие “капитал бренда”. Капитал бренда как нематериальный актив. Капитал бренда

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф- Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВО		

с позиции потребителя, компании, финансовой оценки. Ключевые драйверы капитала бренда: узнаваемость, отношение, этика. Система капитала бренда (Д.Аакер): осведомленность о бренде, лояльность бренду, воспринимаемое качество, ассоциации бренда. Модели оценки успешности бренда: BRQ (Brand Relationship Quality), Здоровье бренда Gfk, Лестница успеха Gfk, BPI (Brand Potential Index).

### **Тема 5. Коммуникации бренда**

Интегрированная коммуникационная стратегия бренда. От позиционирования к коммуникациям. Система целеполагания: бизнес-цели, маркетинговые цели, коммуникационные цели, медиа цели. Модели коммуникаций для постановки коммуникационных целей (AIDA). Мультиканальность, омниканальность, оптиканальность. Аудитории бренда: сотрудники и клиенты. Коммуникации бренда для разных аудиторий. Коммуникационная стратегия бренда: позиционирование, целевая аудитория, каналы и инструменты.

### **Тема 6. Бренд-менеджмент**

Понятие и стратегические задачи бренд-менеджмента: Лояльность потребителей, лояльность партнеров и лояльность сотрудников компании. Административно-организационное управление брендами. Принципы бренд-менеджмента. Задачи и функциональные обязанности бренд-менеджера. Бренд-менеджер - маркетолог, бренд-менеджер - специалист по коммуникациям. Организационные формы бренд-менеджмента.

### **Тема 7. Ребрендинг**

Ребрендинг: понятие, задачи. Виды ребрендинга: корпоративный и продуктовый. Типы ребрендинга: редизайн, репозиционирование, полный ребрендинг. Мягкий и радикальный ребрендинг. Ребрендинг с точки зрения процесса, организации и контроля. Ребрендинг как процесс: аудит бренда, программа преобразований (задачи и критерии эффективности), разработка визуализации и концепции обновленного бренда, реализация, оценка результатов.

### **Тема 8. Виды брендинга**

Классификации брендов. Сильные и слабые бренды. По объекту брендинга: бренд товара, бренд услуги, бренд персоны, бренд организации (корпоративный бренд), мероприятие-бренд, бренд территории, глобальный бренд, частный бренд. Понятие “зонтичные бренды”.

Специфика продуктового брендинга. Специфика территориального брендинга. Специфика персонального брендинга. Специфика мероприятия-бренда. Специфика детского брендинга.

## **6. ТЕМЫ ПРАКТИЧЕСКИХ И СЕМИНАРСКИХ ЗАНЯТИЙ**

### **Тема 1. Понятие бренда и брендинга**

#### Вопросы к семинару:

- Понятия бренд, брендинг, бренд-менеджмент
- Признаки бренда
- Атрибуты бренда
- ДНК бренда: понятие и структура
- Платформа бренда

#### Вопросы для самостоятельного изучения

- 1) К семинарскому занятию прочитать конспект лекции и соответствующие разделы

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф- Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВО		

учебников из списка основной литературы и подготовиться к обсуждению вопросов темы.

- 2) Практическое задание: на примере любого российского бренда опишите его ДНК: история, миссия, ценности, предложение, дизайн, тональность.

## Тема 2. Идентичность бренда

### Вопросы к семинару:

- Понятие “Идентичность бренда”. Модель идентичности бренда Д.Аакера
- Призма идентичности бренда Ж.Н.Капферера.
- Модель идентичности бренда “Brand Key”.
- Понятие “Личность бренда”. Модель личности бренда Дж.Аакер.
- Понятие “Имидж бренда”.

### Вопросы для самостоятельного изучения

- 1) К семинарскому занятию прочитайте конспект лекции и соответствующие разделы учебников из списка основной литературы и подготовиться к обсуждению вопросов темы.
- 2) Практическое задание: на примере любого российского бренда проанализируйте и опишите его идентичность (модель Капферера или модель Д.Аакера), оцените его личность имидж бренда (на основе карты ассоциаций. Сделайте вывод о разрывах бренда, связанных с его идентичностью.

## Тема 3. Позиционирование бренда

### Вопросы к семинару:

- Процесс разработки позиционирования.
- Подходы к формированию позиционирования
- Схемы формулировки позиционирования.
- Критерии оценки позиционирования.
- Ценностное предложение
- Репозиционирование.

### Вопросы для самостоятельного изучения

- 1) К семинарскому занятию прочитайте конспект лекции и соответствующие разделы учебников из списка основной литературы и подготовиться к обсуждению вопросов темы.
- 2) Практическое задание: на примере любого российского бренда опишите его конкурентное позиционирование, сделайте вывод о позиционировании данного бренда.

## Тема 4. Капитал бренда

### Вопросы к семинару:

- Понятие “капитал бренда”.
- Система капитала бренда (Д.Аакер)
- Модели оценки успешности бренда

### Вопросы для самостоятельного изучения

- 1) К семинарскому занятию прочитайте конспект лекции и соответствующие разделы учебников из списка основной литературы и подготовиться к обсуждению вопросов темы.
- 2) Практическое задание: для выбранного бренда проведите исследование капитала бренда по Д.Аакеру.

## Тема 5. Коммуникации бренда

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф- Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВО		

### Вопросы к семинару:

- Интегрированная коммуникационная стратегия бренда.
- Система целеполагания: бизнес-цели, маркетинговые цели, коммуникационные цели, медиа цели.
- Мультиканальность, омниканальность, оптиканальность.
- Коммуникационная стратегия бренда: позиционирование, целевая аудитория, каналы и инструменты.

### Вопросы для самостоятельного изучения

- 1) К семинарскому занятию прочитайте конспект лекции и соответствующие разделы учебников из списка основной литературы и подготовиться к обсуждению вопросов темы.
- 2) Практическое задание. Для выбранного бренда разработайте ключевую идею коммуникации и релевантные инструменты коммуникаций. Заданы ЦА и позиционирование бренда.

## **Тема 6. Бренд-менеджмент**

### Вопросы к семинару:

- Понятие и стратегические задачи бренд-менеджмента
- Административно-организационное управление брендами.
- Принципы бренд-менеджмента.
- Задачи и функциональные обязанности бренд-менеджера.

### Вопросы для самостоятельного изучения

- 1) К семинарскому занятию прочитайте конспект лекции и соответствующие разделы учебников из списка основной литературы и подготовиться к обсуждению вопросов темы.
- 2) Практическое задание. На примере выбранного бренда проанализировать современные административно-организационные принципы реализации бренд-менеджмента. Источники информации: корпоративные сайты компаний, экспертные и научно-публицистические публикации в профильных СМИ.

## **Тема 7. Ребрендинг**

### Вопросы к семинару:

- Ребрендинг: понятие, задачи.
- Виды ребрендинга
- Типы ребрендинга
- Ребрендинг с точки зрения процесса, организации и контроля.

### Вопросы для самостоятельного изучения

- 3) К семинарскому занятию прочитайте конспект лекции и соответствующие разделы учебников из списка основной литературы и подготовиться к обсуждению вопросов темы.
- 4) Практическое задание. На примере выбранного бренда проанализировать историю ребрендинга: этапы, причины и задачи, типы, инструменты.

## **Тема 8. Виды брендинга**

### Вопросы к семинару:

- Классификации брендов.
- Понятие “зонтичные бренды”.
- Корпоративный брендинг
- Территориальный брендинг.
- Персональный брендинг

### Вопросы для самостоятельного изучения

- 1) К семинарскому занятию прочитайте конспект лекции и соответствующие разделы

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф- Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВО		

учебников из списка основной литературы и подготовиться к обсуждению вопросов темы.

- Используя дополнительные источники информации приведите примеры брендов различных видов. Проанализируйте и опишите успешные кейсы, сформулируйте критерии оценки.

Проектное задание “Разработка бренда”. На основе реализованных практических заданий для реального или вымышленного товара/услуги/компании разработайте бренд и стратегию продвижения на рынке. Результаты работы представить в презентации. Основные разделы отчета:

- Идентичность бренда, личность бренда, имидж бренда
- Позиционирование бренда.
- Атрибуты бренда (имя, логотип, слоган, символ, упаковка)
- Пять инструментов коммуникаций

## 7. ЛАБОРАТОРНЫЕ РАБОТЫ (ЛАБОРАТОРНЫЙ ПРАКТИКУМ)

Не предусмотрены

## 8. ТЕМАТИКА КУРСОВЫХ, КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ, РЕФЕРАТОВ

### Темы рефератов

- Принятие решений в бренд- менеджменте.
- Социально-этическое регулирование брендинга в России.
- Особенности бренд- менеджмента в продуктовых категориях.
- Глобализация и бренд- менеджмент: обзор международных агентств.
- Планирование в системе брендинга.
- Изменение бренд-коммуникаций в современной российской практике.
- Специфика бренд-менеджмента на региональном рынке.
- Корпоративная культура в системе формирования бренда.
- Организация и управление службой собственных марок в торговой компании.
- Брендинг товаров премиум-класса на региональном рынке.

## 9. ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ К ЗАЧЕТУ

- Понятия бренд, брендинг, бренд-менеджмент
- Признаки бренда
- Брендинг как концепция управления брендом.
- Атрибуты бренда
- ДНК бренда: понятие и структура
- Платформа бренда. Элементы платформы
- Понятие “Идентичность бренда”.
- Модель идентичности бренда Д.Аакера
- Призма идентичности бренда Ж.Н.Капферера.
- Модель идентичности бренда “Brand Key”.
- Понятие “Личность бренда”. Модель личности бренда Дж.Аакер.
- Понятие “Имидж бренда”. Различия между идентичностью бренда и имиджем бренда.
- Анализ разрывов. Разрывы, связанные с идентичностью бренда
- Подходы к позиционированию бренда. Конкурентное позиционирование и позиционирование в сознании потребителей.
- Процесс разработки позиционирования.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф- Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВО		

16. Подходы к формированию позиционирования
17. Схемы формулировки позиционирования.
18. Критерии оценки позиционирования.
19. Ценностное предложение: структура.
20. Репозиционирование. Причины и задачи репозиционирования.
21. Понятие “капитал бренда”.
22. Система капитала бренда (Д.Аакер)
23. Модели оценки успешности бренда: BRQ (Brand Relationship Quality).
24. Модели оценки успешности бренда: Здоровье бренда Gfk
25. Модели оценки успешности бренда: Лестница успеха Gfk
26. Модели оценки успешности бренда: BPI (Brand Potential Index).
27. Интегрированная коммуникационная стратегия бренда. От позиционирования к коммуникациям.
28. Система целеполагания: бизнес-цели, маркетинговые цели, коммуникационные цели, медиа цели.
29. Мультиканальность, омниканальность, оптиканальность.
30. Коммуникационная стратегия бренда
31. Понятие и стратегические задачи бренд-менеджмента
32. Принципы бренд-менеджмента.
33. Задачи и функциональные обязанности бренд-менеджера.
34. Организационные формы бренд-менеджмента.
35. Ребрендинг: понятие, задачи.
36. Виды и типы ребрендинга
37. Ребрендинг с точки зрения процесса, организации и контроля.
38. Классификации брендов.
39. Понятие “зонтичные бренды”.
40. Корпоративный брендинг
41. Территориальный брендинг.
42. Персональный брендинг

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф- Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВО		

## 10. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА СТУДЕНТОВ

Форма обучения очно-заочная

Название разделов и тем	Вид самостоятельной работы ( <i>проработка учебного материала, решение задач, реферат, доклад, контрольная работа, подготовка к сдаче зачета, экзамена и др.</i> )	Объем в часах	Форма контроля ( <i>проверка решения задач, реферата и др.</i> )
1. Понятие бренда и брендинга	Подготовка к семинарскому занятию Выполнение практических заданий	10	Устный опрос Письменный опрос
2. Идентичность бренда.	Подготовка к семинарскому занятию Выполнение практических заданий	10	Устный опрос Письменный опрос
3. Позиционирование бренда	Подготовка к семинарскому занятию Выполнение практических заданий	10	Устный опрос Письменный опрос
4. Капитал бренда	Подготовка к семинарскому занятию Выполнение практических заданий	10	Устный опрос Письменный опрос
5. Коммуникации бренда	Подготовка к семинарскому занятию Выполнение практических заданий	11	Устный опрос Письменный опрос
6. Бренд-менеджмент	Подготовка к семинарскому занятию Выполнение практических заданий	11	Устный опрос Письменный опрос
7. Ребрендинг	Подготовка к семинарскому занятию Выполнение практических заданий	11	Устный опрос Письменный опрос
8. Виды брендинга	Подготовка к семинарскому занятию Выполнение практических заданий	11	Устный опрос Письменный опрос

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф- Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВО		

## 11. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### а) Список рекомендуемой литературы

#### Основная литература

1. Домнин, В. Н. Брендинг : учебник и практикум для вузов / В. Н. Домнин. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 493 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13539-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511517>.
2. Рожков, И. Я. Брендинг : учебник для вузов / И. Я. Рожков. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 331 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16399-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/530938>.

#### Дополнительная литература

1. Карпова, С. В. Брендинг : учебник и практикум для прикладного бакалавриата / С. В. Карпова, И. К. Захаренко. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 439 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3732-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/532697>.
2. Тульчинский, Г. Л. Бренд-менеджмент. Брендинг и работа с персоналом : учебное пособие для вузов / Г. Л. Тульчинский, В. И. Терентьева. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 255 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05503-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510076>.
3. Пономарёва, Е. А. Бренд-менеджмент : учебник и практикум для вузов / Е. А. Пономарёва. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 341 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9046-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511493>.
4. Баранова, С. А. Основы брендинга: курс лекций и тестовые задания : учебное пособие / С. А. Баранова. - Москва : ФЛИНТА, 2021. - 98 с. - ISBN 978-5-9765-4702-5. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1851743>.
5. Музыкант, В. Л. Брендинг: Управление брендом: Учебное пособие / В.Л. Музыкант. - Москва : ИЦ РИОР: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 316 с. (Высшее образование: Бакалавриат). ISBN 978-5-369-01236-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/416049>.

#### Учебно-методическая литература

1. Кузьмина Е. В. Основы брендинга : учебно-методические указания для направления бакалавриата «Реклама и связи с общественностью» / УлГУ, Фак. культуры и искусства. - 2019. - Загл. с экрана. - Неопубликованный ресурс. - Электрон. текстовые дан. (1 файл : 293 КБ). - Режим доступа: ЭБС УлГУ. - Текст : электронный. <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Download/MObject/8234>

Согласовано:

Гл. библиотекарь

Должность сотрудника научной библиотеки

Шевякова И.Н.

ФИО



подпись

11.05.2023

дата

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф- Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВО		

#### б) Программное обеспечение

СПС Консультант Плюс  
Система «Антиплагиат.ВУЗ»  
Microsoft OfficeStd 2016 RUS или «МойОфис Стандартный»  
ОС Microsoft Windows  
Антивирус Dr.Web Enterprise Security Suite

#### в) Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы

##### 1. Электронно-библиотечные системы:

1.1. Цифровой образовательный ресурс IPRsmart : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Компания «Ай Пи Ар Медиа». - Саратов, [2023]. – URL: <http://www.iprbookshop.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

1.2. Образовательная платформа ЮРАЙТ : образовательный ресурс, электронная библиотека : сайт / ООО Электронное издательство «ЮРАЙТ». – Москва, [2023]. - URL: <https://urait.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

1.3. База данных «Электронная библиотека технического ВУЗа (ЭБС «Консультант студента») : электронно-библиотечная система : сайт / ООО «Политехресурс». – Москва, [2023]. – URL: <https://www.studentlibrary.ru/cgi-bin/mb4x>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.4. Консультант врача. Электронная медицинская библиотека : база данных : сайт / ООО «Высшая школа организации и управления здравоохранением-Комплексный медицинский консалтинг». – Москва, [2023]. – URL: <https://www.rosmedlib.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.5. Большая медицинская библиотека : электронно-библиотечная система : сайт / ООО «Букар». – Томск, [2023]. – URL: <https://www.books-up.ru/ru/library/>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.6. ЭБС Лань : электронно-библиотечная система : сайт / ООО ЭБС «Лань». – Санкт-Петербург, [2023]. – URL: <https://e.lanbook.com>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.7. ЭБС Znanium.com : электронно-библиотечная система : сайт / ООО «Знаниум». – Москва, [2023]. – URL: <http://znanium.com>. – Режим доступа : для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

2. КонсультантПлюс [Электронный ресурс]: справочная правовая система. / ООО «Консультант Плюс» - Электрон. дан. - Москва : КонсультантПлюс, [2023].

##### 3. Базы данных периодических изданий:

3.1. eLIBRARY.RU: научная электронная библиотека : сайт / ООО «Научная Электронная Библиотека». – Москва, [2023]. – URL: <http://elibrary.ru>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Текст : электронный

3.2. Электронная библиотека «Издательского дома «Гребенников» (Grebinnikon) : электронная библиотека / ООО ИД «Гребенников». – Москва, [2023]. – URL: <https://id2.action-media.ru/Personal/Products>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Текст : электронный.

4. Федеральная государственная информационная система «Национальная электронная библиотека» : электронная библиотека : сайт / ФГБУ РГБ. – Москва, [2023]. – URL: <https://нэб.рф>. – Режим доступа : для пользователей научной библиотеки. – Текст : электронный.

5. Российское образование : федеральный портал / учредитель ФГАУ «ФИЦГО». – URL: <http://www.edu.ru>. – Текст : электронный.

6. Электронная библиотечная система УлГУ : модуль «Электронная библиотека» АБИС Мега-ПРО / ООО «Дата Экспресс». – URL: <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Web>. – Режим доступа : для пользователей научной библиотеки. – Текст : электронный.

Согласовано:

Инженер ведущих / Щуренко Ю.В.

Должность, должность УИТИ

0000

подпись

19.05.2023

2023

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф- Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВО		

## 12. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Аудитории для проведения лекций и семинарских занятий, для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации, групповых и индивидуальных консультаций.

Аудитории укомплектованы специализированной мебелью, учебной доской. Аудитории для проведения лекций оборудованы мультимедийным оборудованием для предоставления информации большой аудитории. Помещения для самостоятельной работы оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде, электронно-библиотечной системе.

## 13. СПЕЦИАЛЬНЫЕ УСЛОВИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

В случае необходимости, обучающимся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья (по заявлению обучающегося) могут предлагаться одни из следующих вариантов восприятия информации с учетом их индивидуальных психофизических особенностей:

– для лиц с нарушениями зрения: в печатной форме увеличенным шрифтом; в форме электронного документа; в форме аудиофайла (перевод учебных материалов в аудиоформат); в печатной форме на языке Брайля; индивидуальные консультации с привлечением тифлосурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации;

– для лиц с нарушениями слуха: в печатной форме; в форме электронного документа; видеоматериалы с субтитрами; индивидуальные консультации с привлечением сурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации;

– для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в печатной форме; в форме электронного документа; в форме аудиофайла; индивидуальные задания и консультации.

В случае необходимости использования в учебном процессе частично/исключительно дистанционных образовательных технологий, организация работы ППС с обучающимися с ОВЗ и инвалидами предусматривается в электронной информационно-образовательной среде с учетом их индивидуальных психофизических особенностей

Разработчик



доцент Кремнева Н.Ю.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф- Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВО		

### ЛИСТ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Содержание изменения или ссылка на прилагаемый текст изменения	ФИО заведующего кафедрой, реализующей дисциплину/выпускающей кафедрой	Подпись	Дата
1	Внесение изменений в п.п. а) Список рекомендованной литературы» п. 11 «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины» с оформлением приложения 1	Магомедов А.К.		14.05.24
2	Внесение изменений в п.п. в) Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы п. 11 «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины» с оформлением приложения 2	Магомедов А.К.		14.05.24

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф- Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВО		

## Приложение 1

### 11.УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

#### а) Список рекомендуемой литературы основная

1. Домнин Владимир Николаевич. Брендинг : учебник и практикум для вузов / В.Н. Домнин ; В. Н.

Домнин. - 2-е изд. ; испр. и доп. - Москва : Юрайт, 2023. - 493 с. - (Высшее образование). - URL: <https://urait.ru/bcode/511517> (дата обращения: 10.02.2023). - Режим доступа: Электронно-библиотечная система Юрайт, для авториз. пользователей. - Электрон. дан. - ISBN 978-5-534-13539-8 : 1859.00. / .— ISBN 0\_494664

2. Рожков Игорь Яковлевич. Брендинг : учебник для вузов / И.Я. Рожков ; И. Я. Рожков. - Москва : Юрайт, 2023. - 331 с. - (Высшее образование). - URL: <https://urait.ru/bcode/530938> (дата обращения: 22.03.2023). - Режим доступа: Электронно-библиотечная система Юрайт, для авториз. пользователей. - Электрон. дан. - ISBN 978-5-534-16399-5 : 1049.00. / .— ISBN 0\_502426

#### дополнительная

1. Карпова С. В. Брендинг : учебник и практикум / С. В. Карпова, И. К. Захаренко ; С. В. Карпова, И. К. Захаренко. - 2-е изд. ; пер. и доп. - Москва : Юрайт, 2023. - 439 с. - (Бакалавр. Академический курс). - URL: <https://urait.ru/bcode/532697> (дата обращения: 11.10.2023). - Режим доступа: Электронно-библиотечная система Юрайт, для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-9916-3732-9 : 1399.00. / .— ISBN 0\_512681

2. Тульчинский Григорий Львович. Бренд-менеджмент. Брендинг и работа с персоналом : учебное пособие для вузов / Г.Л. Тульчинский, В.И. Терентьева ; Г. Л. Тульчинский, В. И. Терентьева. - 2-е изд. ; испр. и доп. - Москва : Юрайт, 2023. - 255 с. - (Высшее образование). - URL: <https://urait.ru/bcode/510076> (дата обращения: 10.02.2023). - Режим доступа: Электронно-библиотечная система Юрайт, для авториз. пользователей. - Электрон. дан. - ISBN 978-5-534-05503-0 : 1049.00. / .— ISBN 0\_491854

3. Пономарёва Елена Анатольевна. Бренд-менеджмент : учебник и практикум для вузов / Е.А. Пономарёва ; Е. А. Пономарёва. - Москва : Юрайт, 2023. - 341 с. - (Высшее образование). - URL: <https://urait.ru/bcode/511493> (дата обращения: 10.02.2023). - Режим доступа: Электронно-библиотечная система Юрайт, для авториз. пользователей. - Электрон. дан. - ISBN 978-5-9916-9046-1 : 1339.00. / .— ISBN 0\_494048

4. Баранова С. А. Основы брендинга : курс лекций и тестовые задания для студентов направления подготовки 42.03.01 «реклама и связи с общественностью» / С. А. Баранова ; Баранова С. А. - Сочи : СГУ, 2018. - 98 с. - Библиогр.: доступна в карточке книги, на сайте ЭБС Лань. - Книга из коллекции СГУ - Экономика и менеджмент. - Режим доступа: ЭБС "Лань"; для авторизир. пользователей. / .— ISBN 0\_379316

5. Музыкант Валерий Леонидович. Брендинг. Управление брендом : Учебник / В.Л. Музыкант ; Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ. - 1. - Москва : Издательский Центр РИОР, 2020. - 316 с. - ВО - Бакалавриат. - Режим доступа: ЭБС Znanium; по подписке. - ISBN 978-5-369-01236-9. - ISBN 978-5-16-100882-9. - ISBN 978-5-16-006957-9. / .— ISBN 0\_454106

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф- Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВО		

### учебно-методическая

1. Кузьмина Е. В. Основы брендинга : учебно-методические указания для направления бакалавриата

«Реклама и связи с общественностью» / Е. В. Кузьмина ; УлГУ, Фак. культуры и искусства. - 2019. - Загл. с экрана. - Неопубликованный ресурс. - Электрон. текстовые дан. (1 файл : 293 КБ). - Режим доступа: ЭБС УлГУ. - Текст : электронный. / .— ISBN 0\_41712.

Согласовано:

Главный редактор

Должность сотрудника Научной библиотеки

/ Мамаева Е.П. /

ФИО



подпись

2024

дата

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф- Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВО		

Приложение 2

**1. Электронно-библиотечные системы:**

1.1. Цифровой образовательный ресурс IPRsmart : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Компания «Ай Пи Ар Медиа». - Саратов, [2024]. – URL: <http://www.iprbookshop.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

1.2. Образовательная платформа ЮРАЙТ : образовательный ресурс, электронная библиотека : сайт / ООО Электронное издательство «ЮРАЙТ». – Москва, [2024]. - URL: <https://urait.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

1.3. База данных «Электронная библиотека технического ВУЗа (ЭБС «Консультант студента») : электронно-библиотечная система : сайт / ООО «Политехресурс». – Москва, [2024]. – URL: <https://www.studentlibrary.ru/cgi-bin/mb4x>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.4. Консультант врача. Электронная медицинская библиотека : база данных : сайт / ООО «Высшая школа организации и управления здравоохранением-Комплексный медицинский консалтинг». – Москва, [2024]. – URL: <https://www.rosmedlib.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.5. Большая медицинская библиотека : электронно-библиотечная система : сайт / ООО «Букар». – Томск, [2024]. – URL: <https://www.books-up.ru/ru/library/>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.6. ЭБС Лань : электронно-библиотечная система : сайт / ООО ЭБС «Лань». – Санкт-Петербург, [2024]. – URL: <https://e.lanbook.com>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.7. ЭБС Znanium.com : электронно-библиотечная система : сайт / ООО «Знаниум». - Москва, [2024]. - URL: <http://znanium.com>. – Режим доступа : для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

**2. КонсультантПлюс** [Электронный ресурс]: справочная правовая система. / ООО «Консультант Плюс» - Электрон. дан. - Москва : КонсультантПлюс, [2024].

**3. eLIBRARY.RU**: научная электронная библиотека : сайт / ООО «Научная Электронная Библиотека». – Москва, [2024]. – URL: <http://elibrary.ru>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Текст : электронный

**4. Федеральная государственная информационная система «Национальная электронная библиотека»** : электронная библиотека : сайт / ФГБУ РГБ. – Москва, [2024]. – URL: <https://нэб.рф>. – Режим доступа : для пользователей научной библиотеки. – Текст : электронный.

**5. Российское образование** : федеральный портал / учредитель ФГАУ «ФИЦТО». – URL: <http://www.edu.ru>. – Текст : электронный.

**6. Электронная библиотечная система УлГУ** : модуль «Электронная библиотека» АБИС Мега-ПРО / ООО «Дата Экспресс». – URL: <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Web>. – Режим доступа : для пользователей научной библиотеки. – Текст : электронный.

Инженер ведущий



Щуренко Ю.В.

2024