

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Ястребов Олег Александрович  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 06.06.2022 12:49:10  
Уникальный программный ключ:  
ca953a0120d891083f939673078af1a989dae18a

**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования «Российский университет дружбы народов»**

**Экономический факультет**

(наименование основного учебного подразделения (ОУП)-разработчика ОП ВО)

## **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

### **БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТ В МЕЖДУНАРОДНОЙ КОМПАНИИ**

(наименование дисциплины/модуля)

**Рекомендована МССН для направления подготовки/специальности:**

38.04.02 «МЕНЕДЖМЕНТ»

(код и наименование направления подготовки/специальности)

**Освоение дисциплины ведется в рамках реализации основной профессиональной образовательной программы высшего образования (ОП ВО):**

Международный менеджмент

(наименование (профиль/специализация) ОП ВО)

2022 г.

## 1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины «Бренд-менеджмент в международной компании» является ознакомление слушателя с современной теорией и практикой бренд-менеджмента в международных компаниях, работающих на зарубежных рынках.

Для достижения поставленной цели в рамках курса решаются такие задачи как:

1. Рассмотреть теоретические аспекты бренд-менеджмента;
2. Выявить международные факторы бренд-менеджмента;
3. Проанализировать механизмы управления брендами в международных компаниях;
4. Охарактеризовать основные стратегии международного бренд-менеджмента;
5. Описать особенности бренд-менеджмента международных компаний на российском потребительском рынке.

## 2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение дисциплины «Бренд-менеджмент в международной компании» направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций (части компетенций):

Таблица 2.1. Перечень компетенций, формируемых у обучающихся при освоении дисциплины (результаты освоения дисциплины)

Шифр	Компетенция	Индикаторы достижения компетенции (в рамках данной дисциплины)
ОПК-1	Способен решать профессиональные задачи на основе знания (на продвинутом уровне) экономической, организационной и управленческой теории, инновационных подходов, обобщения и критического анализа практик управления.	ОПК-1.1 - Обладает фундаментальными знаниями в области менеджмента ОПК-1.2 - Умеет использовать фундаментальные знания экономической, организационной и управленческой теории для успешного выполнения профессиональной деятельности ОПК-1.3 - Применяет инновационные подходы для решения управленческих задач с учетом обобщения и критического анализа передовых практик управления ОПК-1.4 - Владеет навыками обоснованного выбора методов решения практических и исследовательских задач
ОПК-3	Способен самостоятельно принимать обоснованные организационно-управленческие решения, оценивать их операционную и организационную	ОПК-3.1 - Владеет методами принятия оптимальных управленческих решений в условиях динамичной бизнес-среды

	<p>эффективность и социальную значимость, обеспечивать их реализацию в условиях сложной (в том числе кросс-культурной) и динамичной среды.</p>	<p>ОПК-3.2 - Принимает обоснованные организационно-управленческие решения</p> <p>ОПК-3.3 - Оценивает операционную и организационную эффективность и социальную значимость организационно-управленческих решений</p> <p>ОПК-3.4 - Обеспечивает реализацию организационно-управленческих решений в условиях сложной (в том числе кросс-культурной) и динамичной среды</p>
ПКО-1	<p>Способность использовать количественные и качественные методы экономического и стратегического анализа для проведения прикладных исследований, готовить аналитические материалы по результатам их применения</p>	<p>ПКО-1.1 - Владеет методами анализа рыночной среды, способами оценки производственно-экономического потенциала компании и путей достижения высокой эффективности бизнес-системы</p> <p>ПКО-1.2 - Анализирует поведение экономических агентов и рынков в глобальной среде, взаимосвязи политических и экономических процессов на уровне отдельных стран и интеграционных объединений, понимает основные тенденции развития мировой экономики, особенности отдельных стран, способен анализировать инвестиционный климат в разных регионах мира с учетом политических, социальных, культурных и экономических факторов</p> <p>ПКО-1.3 - Анализирует существующие формы организации, функции, методы, структуры и процессы управления, разрабатывает и обосновывает предложения по их совершенствованию</p> <p>ПКО-1.4 - Проводит оценку эффективности принимаемых управленческих решений, программ, проектов</p>
ПКО-2	<p>Способность разрабатывать стратегии развития международных компаний и их отдельных подразделений</p>	<p>ПКО-2.1 - Определяет направления развития организации: оценивает ее текущее состояние, определяет параметры будущего состояния, оценивает бизнес-возможности организации</p>

		<p>ПКО-2.2 - Разрабатывает стратегию управления изменениями в организации: определяет цели и задачи стратегических изменений на корпоративном и бизнес-уровне, основные параметры и ключевые показатели эффективности разрабатываемых стратегических изменений, критерии оценки успеха стратегических изменений</p> <p>ПКО-2.3 - разрабатывает функциональные стратегии: в области производственной, логистической, управления персоналом, управления инновациями и маркетинговой деятельности</p> <p>ПКО-2.4 - Разрабатывает планы реализации стратегических изменений в организации</p> <p>ПКО-2.5 - Использует современные методы управления финансами для решения стратегических задач</p>
ПКО-3	<p>способность управлять международными компаниями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями</p>	<p>ПКО-3.1 - Выполняет управленческие функции в организации, действующей в условиях глобализированной правовой, социо-культурной и экономической среды</p> <p>ПКО-3.2 – Разрабатывает организационные проекты реструктуризации деятельности компании, программы организационного развития и изменений и обеспечивает их реализацию</p> <p>ПКО-3.3 – Использует методики разработки организационных структур и информационно-управленческих систем инновационной организации, управления организационными изменениями в рабочих коллективах при внедрении новой техники и технологии</p> <p>ПКО-3.4 – Организует деятельность творческих коллективов (команд) для решения организационно-управленческих задач и руководит ими</p> <p>ПКО – 3.5 - Управляет маркетинговой деятельностью организации: планирует и контролирует ее</p>

### 3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Дисциплина «Бренд-менеджмент в международной компании» относится к вариативной компоненте обязательной части, Блока 1 ОП ВО.

В рамках ОП ВО обучающиеся также осваивают другие дисциплины и/или практики, способствующие достижению запланированных результатов освоения дисциплины «Бренд-менеджмент в международной компании».

Таблица 3.1. Перечень компонентов ОП ВО, способствующих достижению запланированных результатов освоения дисциплины

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики	Последующие дисциплины/модули, практики
ОПК-1	Способен решать профессиональные задачи на основе знания (на продвинутом уровне) экономической, организационной и управленческой теории, инновационных подходов, обобщения и критического анализа практик управления.	Управленческая экономика Теория организации управления Управление международными коммерческими операциями	
ОПК-3	Способен самостоятельно принимать обоснованные организационно-управленческие решения, оценивать их операционную и организационную эффективность и социальную значимость, обеспечивать их реализацию в условиях сложной (в том числе кросс-культурной) и динамичной среды.	Теория организации управления Управление международными коммерческими операциями Глобальное экономическое пространство современного менеджмента	

ПКО-1	Способность использовать количественные и качественные методы экономического и стратегического анализа для проведения прикладных исследований, готовить аналитические материалы по результатам их применения	Глобальное экономическое пространство современного менеджмента	
ПКО-2	Способность разрабатывать стратегии развития международных компаний и их отдельных подразделений	Управление международными коммерческими операциями	
ПКО-3	способность управлять международными компаниями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями	Управление международными коммерческими операциями Глобальное экономическое пространство современного менеджмента	

#### 4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Общая трудоемкость дисциплины «Бренд-менеджмент в международной компании» составляет 3 зачетные единицы.

Таблица 4.1. Виды учебной работы по периодам освоения ОП ВО для **ОЧНОЙ** формы обучения

Вид учебной работы	Всего, ак. ч.	Семестры			
		1	2	3	4
Контактная работа, ак.ч.	36			36	
В том числе:					
Лекции (ЛК)	18			18	
Практические/семинарские занятия (СЗ)	18			18	
Лабораторные работы (ЛР)	-				

Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.	45			45	
Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.	27			27	
<b>Общая трудоемкость дисциплины</b>	ак. час	<b>108</b>		108	
	зач. ед.	<b>3</b>		3	

## 5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 5.1. Содержание дисциплины (модуля) по видам учебной работы

Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела	Вид учебной работы
Раздел 1. Общая теория бренд-менеджмента	Тема 1 Введение в дисциплину. Тема 2 Теоретические аспекты бренд-менеджмента	ЛК. СЗ ЛК.СЗ
Раздел 2. Технология управления бренд-менеджмента в международных компаниях.	Тема 3 Портфель брендов и его архитектура в международных компаниях. Тема 4 Марочные стратегии международных компаний. Тема 5. Способы корректировки существующих брендов на потребительских рынках разных стран Тема 6. Управление марочным капиталом Тема 7. Управление лояльностью к бренду	ЛК. СЗ  ЛК, СЗ ЛК, СЗ ЛК, СЗ ЛК
Раздел 3 Практические аспекты управления бренд-менеджментом в международных компаниях	Тема 8. Продвижение брендов и управление ими в условиях глобализации Тема 9. Особенности бренд-менеджмента транснациональных компаний на рынке FMCG	ЛК, СЗ  ЛК, СЗ

## 6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 6.1. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Тип аудитории	Оснащение аудитории	Специализированное учебное/лабораторное оборудование, ПО и материалы для освоения дисциплины (при необходимости)
Лекционная	Аудитория для проведения занятий лекционного типа, оснащенная комплектом специализированной мебели; доской (экраном) и техническими средствами мультимедиа презентаций	ул. Миклухо-Маклая, д.6, учебная аудитория для проведения занятий <i>лекционного типа</i> , Ауд. 17:

		<p>Мультимедиа проектор Casio XJ-V100W - 2 шт.  Экран моторизованный Digis Electra 200*150 Dsem-4305 – 2 шт.  звуковая трибуна - 1 шт.  Точка доступа WiFi</p>
Семинарская	<p>Аудитория для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная комплектом специализированной мебели и техническими средствами мультимедиа презентаций</p>	<p>ул. Миклухо-Макляя, д.6,  Учебная аудитория для проведения занятий <b>семинарского типа</b>, для текущего контроля и промежуточных аттестаций, для самостоятельной работы,  Ауд. 105:  Мультимедиа проектор Casio XJ-V100W Экран моторизованный Digis Electra 200*150 Dsem-4305  Точка доступа WiFi</p>
Компьютерный класс	<p>Компьютерный класс для проведения занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная персональными компьютерами (в количестве 25 шт.), доской (экраном) и техническими средствами мультимедиа презентаций</p>	<p>ул. Миклухо-Макляя, д.6  Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа, <b>для текущего контроля и промежуточных аттестаций</b>, для самостоятельной работы,  Ауд. 29:  21 рабочее место:  Моноблок Lenovo AIO-510-221SH Intel I5 2200 MHz/8 GB/1000 GB/DVD/audio, монитор 21"  Мультимедиа проектор Casio XJ-V100W  Экран моторизованный Digis Electra 200*150 Dsem-4303  Точка доступа WiFi</p>
Для самостоятельной работы обучающихся	<p>Аудитория для самостоятельной работы обучающихся (может использоваться для проведения семинарских занятий и консультаций), оснащенная комплектом специализированной мебели и компьютерами с доступом в ЭИОС.</p>	<p>ул. Миклухо-Макляя, д.6  Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа, для текущего контроля и промежуточных аттестаций, для <b>самостоятельной работы</b>, Ауд. 423:  10 рабочих мест:</p>



		Моноблок iMac i5 2700 MHz/8 GB/audio/монитор 21,5 Мультимедиа проектор Optoma EP761 Экран моторизованный Digis Electra 200*200 Точка доступа WiFi
--	--	--

## 7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### *Основная литература:*

1. Домнин, В. Н. Брендинг : учебник и практикум для вузов / В. Н. Домнин. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 493 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13539-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489564>
2. Чернышева, А. М., Якубова Т.Н. Брендинг : учебник для бакалавров / А. М. Чернышева, Т. Н. Якубова. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 504 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-2979-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/487490>
3. Пономарёва, Е. А. Бренд-менеджмент : учебник и практикум для вузов / Е. А. Пономарёва. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 341 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9046-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489174>

### *Дополнительная литература:*

1. 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 // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/484939>
2. Маркетинг-менеджмент : учебник и практикум для вузов / И. В. Липсиц [и др.] ; под редакцией И. В. Липсица, О. К. Ойнер. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 379 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01165-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489346>

### *Интернет-источники:*

1. [www.advertology.ru](http://www.advertology.ru)
2. [www.marketing.spb.ru](http://www.marketing.spb.ru)
3. [www.brandmanagement.ru](http://www.brandmanagement.ru)
4. [www.p-marketing.ru](http://www.p-marketing.ru)
5. [www.4p.ru](http://www.4p.ru)
6. [www.advi.ru](http://www.advi.ru)
7. [www.cfin.ru](http://www.cfin.ru)
8. [www.expert.ru](http://www.expert.ru)
9. [www.kafmr.rsuh.ru](http://www.kafmr.rsuh.ru)
10. [www.sostav.ru](http://www.sostav.ru)
11. [www.rbc.ru](http://www.rbc.ru)
12. [www.ram.ru](http://www.ram.ru)

✓ *Периодические издания:*

1. журнал «Бренд-менеджмент»
2. журнал «Секрет фирмы»
3. журнал «Маркетинг»
4. журнал «Маркетинг в России и за рубежом»
5. журнал «Маркетолог»
6. журнал «Маркетинг и маркетинговые исследования в России»
7. журнал «Эксперт»
8. журнал «Стратегический менеджмент»
9. журнал «Менеджмент сегодня»

*Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:*

1. ЭБС РУДН и сторонние ЭБС, к которым студенты университета имеют доступ на основании заключенных договоров:

- Электронно-библиотечная система РУДН – ЭБС РУДН

<http://lib.rudn.ru/MegaPro/Web>

- ЭБС «Университетская библиотека онлайн» <http://www.biblioclub.ru>

- ЭБС Юрайт <http://www.biblio-online.ru>

- ЭБС «Консультант студента» [www.studentlibrary.ru](http://www.studentlibrary.ru)

- ЭБС «Лань» <http://e.lanbook.com/>

- ЭБС «Троицкий мост»

2. Базы данных и поисковые системы:

- электронный фонд правовой и нормативно-технической документации  
<http://docs.cntd.ru/>

- поисковая система Яндекс <https://www.yandex.ru/>

- поисковая система Google <https://www.google.ru/>

-реферативная база данных SCOPUS  
<http://www.elsevierscience.ru/products/scopus/>

- научная социальная сеть <https://www.researchgate.net/>

*Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся при освоении дисциплины «Бренд-менеджмент в международной компании» размещены в соответствии с действующим порядком на странице дисциплины в ТУИС*

Ссылка на страницу дисциплины: [Курс: Бренд-менеджмент в международной компании \(rudn.ru\)](http://rudn.ru)

## **8. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ И БАЛЛЬНО-РЕЙТИНГОВАЯ СИСТЕМА ОЦЕНИВАНИЯ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

Оценочные материалы и балльно-рейтинговая система\* оценивания уровня сформированности компетенций (части компетенций) по итогам освоения дисциплины «Бренд-менеджмент в международной компании» представлены в Приложении к настоящей Рабочей программе дисциплины.

\* - Ом и БРС формируются на основании требований соответствующего локального нормативного акта РУДН.

**РАЗРАБОТЧИК:**

Доцент  
кафедры менеджмента



Т.Н. Якубова

**РУКОВОДИТЕЛЬ БУП**  
кафедра менеджмента



В.С. Ефремов

**РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО:**  
д.э.н., профессор кафедры менеджмента



И.Г. Владимирова