

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Ястребов Олег Александрович
Должность: Ректор
Дата подписания: 26.04.2026 11:21:22
Уникальный программный ключ:
ca953a0120d891083f939673078ef1a989dae18a

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

Экономический факультет

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

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

УПРАВЛЕНИЕ ПОРТФЕЛЕМ БРЕНДОВ НА МЕЖДУНАРОДНЫХ РЫНКАХ

(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 МАРКЕТИНГ

(наименование (профиль/специализация) ОП ВО)

2026 г.

1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Управление портфелем брендов на международных рынках» входит в программу магистратуры «Международный маркетинг» по направлению 38.04.02 «Менеджмент» и изучается в 1 семестре 1 курса. Дисциплину реализует Кафедра маркетинга. Дисциплина состоит из 2 разделов и 6 тем и направлена на изучение Основ бренд-менеджмента и овладение принципами и методами маркетингового управления брендами и принятия маркетинговых решений в области бренд-менеджмента на стратегическом и тактическом уровне.

Целью освоения дисциплины является Программа дисциплины» направлена на ознакомление с принципами и методами маркетингового управления брендом и принятия маркетинговых решений в области брендинга на стратегическом и тактическом уровнях на международных рынках. Ее цель дать представление о методах принятия маркетинговых решений в области управления брендом, и их согласовании с общими корпоративными стратегиями. Программа ориентирована на формирование у слушателей и студентов целостного представления о методах и средствах маркетингового анализа при принятии управленческих решений в области бренд-менеджмента; развитие у них системного и синергетического стилей мышления.

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение дисциплины «Управление портфелем брендов на международных рынках» 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)
УК-2	Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	УК-2.1 Формулирует проблему, решение которой напрямую связано с достижением цели проекта; УК-2.2 Определяет связи между поставленными задачами и ожидаемые результаты их решения; УК-2.3 В рамках поставленных задач определяет имеющиеся ресурсы и ограничения, действующие правовые нормы; УК-2.4 Анализирует план-график реализации проекта в целом и выбирает оптимальный способ решения поставленных задач, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений; УК-2.5 Контролирует ход выполнения проекта, корректирует план-график в соответствии с результатами контроля;
ПК-5	Способен к разработке, внедрению и совершенствованию системы маркетинговых коммуникаций международной компании	ПК-5.1 Знает основные форматы маркетинговых коммуникаций на международных рынках; ПК-5.2 Знает специфику работы с разными инструментами продвижения на международном уровне; ПК-5.3 Умеет ориентироваться в современных методах продвижения на международных рынках; ПК-5.4 Умеет вырабатывать стратегические маркетинговые решения в области рекламы; ПК-5.5 Умеет составить план рекламной кампании; ПК-5.6 Владеет навыками оценки эффективности стратегии продвижения на международных рынках;
ПК-6	Способен к планированию и контролю маркетинговой деятельности международной компании	ПК-6.1 Знает этапы международного стратегического планирования; ПК-6.2 Знает критерии определения ключевых показателей, используемых при планировании маркетинговой деятельности

Шифр	Компетенция	Индикаторы достижения компетенции (в рамках данной дисциплины)
		предприятия на международном уровне; ПК-6.3 Умеет формировать планы маркетинга; ПК-6.4 Умеет разрабатывать основные бизнес-процессы предприятия, связанные с маркетинговой деятельностью; ПК-6.5 Владеет методами разработки и реализации маркетинговых программ; ПК-6.6 Владеет методами принятия тактических и оперативных решений в управлении маркетинговой деятельностью предприятия;

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Дисциплина «Управление портфелем брендов на международных рынках» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений блока 1 «Дисциплины (модули)» образовательной программы высшего образования.

В рамках образовательной программы высшего образования обучающиеся также осваивают другие дисциплины и/или практики, способствующие достижению запланированных результатов освоения дисциплины «Управление портфелем брендов на международных рынках».

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

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
УК-2	Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла		Финансы организаций; Управление цепями дистрибуции; Научно-исследовательская работа; Преддипломная практика;
ПК-6	Способен к планированию и контролю маркетинговой деятельности международной компании		<i>Сервисный маркетинг**;</i> <i>Регулирование маркетинговой деятельности на международных рынках**;</i> <i>Макромаркетинг**;</i> Преддипломная практика;
ПК-5	Способен к разработке, внедрению и совершенствованию системы маркетинговых коммуникаций международной компании		<i>Интегрированные маркетинговые коммуникации в международных компаниях;</i> Преддипломная практика;

* - заполняется в соответствии с матрицей компетенций и СУП ОП ВО

** - элективные дисциплины /практики

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Общая трудоемкость дисциплины «Управление портфелем брендов на международных рынках» составляет «4» зачетные единицы.

Таблица 4.1. Виды учебной работы по периодам освоения образовательной программы высшего образования для очной формы обучения.

Вид учебной работы	ВСЕГО, ак.ч.		Семестр(-ы)
			1
Контактная работа, ак.ч.	36		36
Лекции (ЛК)	18		18
Лабораторные работы (ЛР)	0		0
Практические/семинарские занятия (СЗ)	18		18
Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.	99		99
Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.	9		9
Общая трудоемкость дисциплины	ак.ч.	144	144
	зач.ед.	4	4

Общая трудоемкость дисциплины «Управление портфелем брендов на международных рынках» составляет «4» зачетные единицы.

Таблица 4.2. Виды учебной работы по периодам освоения образовательной программы высшего образования для очной формы обучения.

Вид учебной работы	ВСЕГО, ак.ч.		Семестр(-ы)
			1
Контактная работа, ак.ч.	36		36
Лекции (ЛК)	18		18
Лабораторные работы (ЛР)	0		0
Практические/семинарские занятия (СЗ)	18		18
Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.	99		99
Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.	9		9
Общая трудоемкость дисциплины	ак.ч.	144	144
	зач.ед.	4	4

Общая трудоемкость дисциплины «Управление портфелем брендов на международных рынках» составляет «4» зачетные единицы.

Таблица 4.3. Виды учебной работы по периодам освоения образовательной программы высшего образования для очной формы обучения.

Вид учебной работы	ВСЕГО, ак.ч.		Семестр(-ы)
			1
<i>Контактная работа, ак.ч.</i>	36		36
Лекции (ЛК)	18		18
Лабораторные работы (ЛР)	0		0
Практические/семинарские занятия (СЗ)	18		18
<i>Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.</i>	99		99
<i>Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.</i>	9		9
Общая трудоемкость дисциплины	ак.ч.	144	144
	зач.ед.	4	4

5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

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

Номер раздела	Наименование раздела дисциплины	Наименование темы		Содержание темы	Вид учебной работы*
Раздел 1	Основы брендменеджмента	1.1	Основные понятия бренд-менеджмента	Бренд-менеджмент. Бренд и торговая марка. Современная среда бренда: экономическая, социальная, психологическая и юридическая.	ЛК, СЗ
		1.2	Формирование торговой марки и марочного портфеля на международных рынках	Стратегическое планирование брендинга на международных рынках.	ЛК, СЗ
		1.3	Позиционирование и ценности торговой марки	Принципы разработки УТП и позиционирования бренда на международном рынке	ЛК, СЗ
Раздел 2	Управление брендингом на международных рынках	2.1	Капитал бренда	Выбор элементов для формирования капитала торговой марки. Сила бренда, идентичность бренда, имидж бренда, репутация бренда, капитал бренда и другие показатели и способы оценки	ЛК, СЗ
		2.2	Идентичность бренда	Идентичность бренда и идентификаторы бренда. Визуальные, вербальные и инновационные идентификаторы бренда. Бренд-бук.	ЛК, СЗ
		2.3	Управление брендами на международных рынках	Система управления брендами. Анализ и планирование в брендинге. Формирования марочного портфеля компании	ЛК, СЗ

* - заполняется только по **ОЧНОЙ** форме обучения: ЛК – лекции; ЛР – лабораторные работы; СЗ – практические/семинарские занятия.

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.	4 зал. Библиотеки Моноблок Lenovo AIO-510-22ISH Intel I5 2200 MHz/8 GB/1000 GB/DVD/audio, монитор 21" Мультимедиа проектор Cactus CSC4.SG MS Windows 10 64bit Microsoft Office 2021 LTSC
Семинарская	Аудитория для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная комплектом специализированной мебели и техническими средствами мультимедиа презентаций.	4 зал. Библиотеки Моноблок Lenovo AIO-510-22ISH Intel I5 2200 MHz/8 GB/1000 GB/DVD/audio, монитор 21" Мультимедиа проектор Cactus CSC4.SG MS Windows 10 64bit Microsoft Office 2021 LTSC
Для самостоятельной работы	Аудитория для самостоятельной работы обучающихся (может использоваться для проведения семинарских занятий и консультаций), оснащенная комплектом специализированной мебели и компьютерами с доступом в ЭИОС.	4 зал. Библиотеки Моноблок Lenovo AIO-510-22ISH Intel I5 2200 MHz/8 GB/1000 GB/DVD/audio, монитор 21" Мультимедиа проектор Cactus CSC4.SG MS Windows 10 64bit Microsoft Office 2021 LTSC

* - аудитория для самостоятельной работы обучающихся указывается **ОБЯЗАТЕЛЬНО!**

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература:

1. Старов С.А. Управление брендами: учебник. 4-е изд., перераб. — СПб.: Изд-во С.-Петербур. ун-та, 2021. — 557 с.

2. Аакер Д. Создание сильных брендов: Пер. с англ. – 2-е издание – М.:Издательский дом Гребенникова, 2008. – 440 с.

Дополнительная литература:

1. Котлер Ф., Пфферч В. Бренд-менеджмент в B2B сфере. М.: Вершина. 2007 г. —

432 с.

2. Маркетинг: создание и донесение потребительской ценности: учебник / под общ. ред. И.И. Скоробогатых, Р.Р. Сидорчука, С.Н. Андреева. – Москва: ИНФРА-М, 2024. – 589 с

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

<https://mega.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

- ЭБС «Знаниум» <https://znaniium.ru/>

2. Базы данных и поисковые системы

- Sage <https://journals.sagepub.com/>

- Springer Nature Link <https://link.springer.com/>

- Wiley Journal Database <https://onlinelibrary.wiley.com/>

- Научометрическая база данных Lens.org <https://www.lens.org>

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся при освоении дисциплины/модуля:*

1. Курс лекций по дисциплине «Управление портфелем брендов на международных рынках».

* - все учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся размещаются в соответствии с действующим порядком на странице дисциплины **в ТУИС!**

РАЗРАБОТЧИК:

Доцент

Должность, БУП

Подпись

Перепёлкин Николай

Александрович

Фамилия И.О.

РУКОВОДИТЕЛЬ БУП:

Заведующий кафедрой

Должность БУП

Подпись

Лукина Анастасия

Владимировна

Фамилия И.О.

РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО:

Доцент

Должность, БУП

Подпись

Черников Сергей

Юрьевич

Фамилия И.О.