

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Ястребов Олег Александрович
Должность: Ректор
Дата подписания: 03.06.2024 10:52:10
Уникальный программный ключ:
ca953a0120d891083f939673078ef1a989dae18a

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

Высшая школа управления

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

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

КРЕАТИВНЫЙ БРЕНДИНГ И РЕКЛАМА

(наименование дисциплины/модуля)

Рекомендована МССН для направления подготовки/специальности:

38.03.02 МЕНЕДЖМЕНТ

(код и наименование направления подготовки/специальности)

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

УПРАВЛЕНИЕ ПРЕДПРИЯТИЯМИ НАУКОЕМКИХ ОТРАСЛЕЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

(наименование (профиль/специализация) ОП ВО)

2024 г.

1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Креативный брендинг и реклама» входит в программу бакалавриата «Управление предприятиями наукоемких отраслей промышленности» по направлению 38.03.02 «Менеджмент» и изучается в 4 семестре 2 курса. Дисциплину реализует Кафедра прикладной экономики. Дисциплина состоит из 4 разделов и 9 тем и направлена на изучение основных понятий, основополагающих принципов, методов и способов построения бренда, выбора и использования оптимальных методов продвижения бренда на рынке с использованием различных рекламных инструментов.

Целью освоения дисциплины является приобретение студентами знания теоретических основ брендинга и рекламы; освоение студентами эффективных приемов анализа и сегментирования рынка, построения стратегической платформы бренда, в том числе, формирование идентичности бренда и его конкурентного позиционирования, управления брендом, управления рекламной активностью; приобретение студентами умения практически реализовать полученные теоретические знания, создать и вывести на рынок бренд и эффективно продвинуть его на целевую аудиторию.

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение дисциплины «Креативный брендинг и реклама» 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-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.1 Осуществляет поиск информации для решения поставленной задачи по различным типам запросов;
УК-3	Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	УК-3.2 Анализирует возможные последствия личных действий и планирует свои действия для достижения заданного результата;
УК-7	Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности	УК-7.2 Планирует свое рабочее и свободное время для оптимального сочетания физической и умственной нагрузки и обеспечения работоспособности;
ПК-2	Способность разрабатывать производственные программы и календарные графики выпуска продукции в структурном подразделении	ПК-2.3 Анализирует показатели деятельности структурных подразделений производственной организации;
ПК-3	способность управлять структурными подразделениями организаций, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями	ПК-3.1 Осуществляет подготовку проектов текущих планов структурных подразделений промышленной организации по всем видам деятельности в соответствии с заказами потребителей продукции, работ (услуг) и заключенными договорами, а также обоснований и расчетов к ним;

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Дисциплина «Креативный брендинг и реклама» 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 «Креативный брендинг и реклама».

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-7	Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности	Физическая культура; Прикладная физическая культура; Теория управления; <i>Применение результатов космической деятельности в организациях и отраслях экономики**;</i> <i>Перспективы освоения и использования космоса**;</i> <i>Современные технологии программирования**;</i>	Управление человеческими ресурсами; Преддипломная практика;
УК-3	Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	Деловые коммуникации; Введение в специальность; Русский язык и культура речи; Макроэкономика; Экономико-математическое моделирование; Второй иностранный язык (практический курс);	Преддипломная практика; Управление человеческими ресурсами; Техника презентаций и сторителлинг; Антикризисное управление; <i>Кадровая политика наукоемких организаций и стратегия управления персоналом**;</i> <i>УХ**;</i> <i>Мотивация и стимулирование трудовой деятельности**;</i> <i>Бизнес-разведка**;</i> <i>Управление ценообразованием наукоемкой продукции**;</i> <i>Международный маркетинг**;</i> <i>Параметрические методы ценообразования наукоемкой продукции**;</i> Инновационный менеджмент; Налоги и налогообложение; Управление high-tech-бизнесом;
УК-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	Ознакомительная практика; Философия; Математика; Теория управления; Теория организации; Введение в специальность;	Производственно-управленческая практика; Преддипломная практика; Финансовый менеджмент; Стратегический менеджмент;

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
		<p>Микроэкономика; Макроэкономика; Информатика; Экономико-математическое моделирование; Второй иностранный язык (практический курс); Основы менеджмента; Маркетинг;</p>	<p>Е-commerce; Экономика предприятия; Антикризисное управление; Ценообразование и ценовая конкуренция; Налоги и налогообложение; Управление high-tech-бизнесом; Аналитика данных (BI); <i>Продакт-менеджмент**;</i> <i>Основы банковского дела**;</i> <i>Особенности налогообложения в космической промышленности**;</i> <i>Экономика и организация внешнеэкономической деятельности**;</i> <i>Государственно-частное партнерство в реализации наукоемких проектов**;</i> <i>Кадровая политика наукоемких организаций и стратегия управления персоналом**;</i> <i>UX**;</i> <i>Мотивация и стимулирование трудовой деятельности**;</i> <i>SMM продвижение**;</i> <i>Организация фундаментальных и прикладных космических исследований**;</i> <i>Защита интеллектуальной собственности**;</i> <i>Параметрические методы ценообразования наукоемкой продукции**;</i> Инновационный менеджмент; Менеджмент качества; Управление конкурентоспособностью бизнеса; Логистика; Экологическое, социальное и корпоративное управление (ESG); Личный бренд и лидерство; <i>Бизнес-разведка**;</i> <i>Управление ценообразованием наукоемкой продукции**;</i> <i>Международный маркетинг**;</i> <i>Управление поставками и сбытом наукоемкой продукции**;</i> <i>Startup и привлечение</i></p>

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
			<i>инвестиций**;</i> <i>Управление себестоимостью наукоемкой продукции**;</i>
ПК-2	Способность разрабатывать производственные программы и календарные графики выпуска продукции в структурном подразделении	Микроэкономика; Основы менеджмента; Информатика;	Преддипломная практика; Инновационный менеджмент; Ценообразование и ценовая конкуренция; <i>Продакт-менеджмент**;</i> <i>Основы банковского дела**;</i> <i>Управление организацией в условиях неопределенности**;</i> <i>Цифровые технологии в бизнесе**;</i> <i>Управление денежными потоками**;</i> <i>Корпоративное право и управление имущественным комплексом**;</i> Экологическое, социальное и корпоративное управление (ESG); Антикризисное управление; Логистика; Corporate Finance; Налоги и налогообложение; <i>Особенности налогообложения в космической промышленности**;</i> <i>Экономика и организация внешнеэкономической деятельности**;</i> <i>Государственно-частное партнерство в реализации наукоемких проектов**;</i> <i>Кадровая политика наукоемких организаций и стратегия управления персоналом**;</i> <i>UX**;</i> <i>Мотивация и стимулирование трудовой деятельности**;</i>
ПК-3	способность управлять структурными подразделениями организаций, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями	Основы менеджмента; Экономико-математическое моделирование; <i>Деловой этикет**;</i> <i>Культура труда**;</i>	Техника презентаций и сторителлинг; Менеджмент качества; <i>SMM продвижение**;</i> <i>Организация фундаментальных и прикладных космических исследований**;</i> <i>Защита интеллектуальной собственности**;</i> E-commerce; Управление high-tech-

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
			бизнесом; Аналитика данных (BI); 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 «Креативный брендинг и реклама» составляет «2» 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)
	ак.ч.	зач.ед.	
Контактная работа, ак.ч.	34		4
Лекции (ЛК)	17		34
Лабораторные работы (ЛР)	0		17
Практические/семинарские занятия (СЗ)	17		0
Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.	20		17
Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.	18		20
Общая трудоемкость дисциплины	ак.ч.	72	18
	зач.ед.	2	72
			2

5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

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

Номер раздела	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (темы)		Вид учебной работы*
Раздел 1	Понятие и сущность бренда, его роль в современных рыночных условиях	1.1	Бренд: понятие, сущность, основные измерения и роль в успешности товара на рынке. Брендинг: традиционный и современный подходы к брендингу	
		1.2	Эмоциональная ценность бренда как фактор его успешности на рынке.	
Раздел 2	Стратегии построения и развития бренда	2.1	Стратегии следования тенденциям рынка или предвосхищения его изменений: выбор успешного варианта развития бренда и бизнеса	
		2.2	Ориентация бренда на «свою» целевую аудиторию – как фактор долгосрочной успешности и стабильности на рынке	
		2.3	Стратегическая платформа бренда, ее сущность и главные составляющие: конкурентное позиционирование и идентичность бренда	
		2.4	Идентичность бренда: понятие и сущность. Стратегическое условие для сохранения бренда – сохранение его идентичности	
Раздел 3	Практические аспекты построения бренда	3.1	Разработка позиционирования бренда	
		3.2	Разработка атрибутов бренда	
Раздел 4	Продвижение бренда	4.1	Реклама, ее задачи, виды и особенности в продвижении брендов на рынке	

* - 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.	
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.	
Для самостоятельной работы	Аудитория для самостоятельной работы обучающихся (может использоваться для проведения семинарских занятий и	

Тип аудитории	Оснащение аудитории	Специализированное учебное/лабораторное оборудование, ПО и материалы для освоения дисциплины (при необходимости)
	консультаций), оснащенная комплектом специализированной мебели и компьютерами с доступом в ЭИОС.	

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

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература:

1. Голубкова, Е. Н. Интегрированные маркетинговые коммуникации : учебник и практикум для вузов / Е. Н. Голубкова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 363 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04357-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511008> (дата обращения: 19.04.2023).

2. Чернышева, А. М. Брендинг : учебник для бакалавров для вузов / А. М. Чернышева, Т. Н. Якубова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 504 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-2979-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510075> (дата обращения: 19.04.2023).

Дополнительная литература:

1. Карпова, С. В. Маркетинг: теория и практика : учебное пособие для бакалавров / С. В. Карпова. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 408 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-2661-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/509104> (дата обращения: 22.06.2022)

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> (дата обращения: 19.04.2023).

3. Коллинз, Дж. От хорошего к великому / Джим Коллинз. пер. с англ. — М.: Издательство: Манн, Иванов и Фербер, 2007

4. Чан Ким У., Моборн Р. Стратегия голубого океана / Чан Ким У., Моборн Рене; пер. с англ. — Гиппо, 2010

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

- 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.elsevier.com/locate/scopus/>

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

1. Курс лекций по дисциплине «Креативный брендинг и реклама».

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

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 «Креативный брендинг и реклама» представлены в Приложении к настоящей Рабочей программе дисциплины.

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

РАЗРАБОТЧИК:

Доцент

Должность, БУП

Подпись

Диесперова Наталья
Александровна

Фамилия И.О.

РУКОВОДИТЕЛЬ БУП:

Заведующий кафедрой

Должность БУП



Подпись

Островская Анна
Александровна

Фамилия И.О.

РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО:

Должность, БУП



Подпись

Чурсин Александр
Александрович

Фамилия И.О.