Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Крылова Людмила Васильевна
Должность: Проректор по учебно-методической работе
Дата подписания: 28.10.2026 15:38:42
Уникальный программный ключ:
b066544bae1e449cd8bfce592f7224a676a271b2

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского»

КАФЕДРА МАРКЕТИНГОВОГО МЕНЕДЖМЕНТА

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебно-методической работе

_____ Крылова Л.В.

(подпись) (фамилия, инициалы)

«25» марта 2026 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Б1.В. 05БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТ ПРЕДПРИЯТИЯ

шифр, название дисциплины

Укрупненная группа направлений подготовки	38.00.00 Экономика и управление (код, наименование)
Образовательная программа высшего образования	программа магистратуры
Направление подготовки	38.04.02 Менеджмент (код, наименование)
Магистерская программа	Менеджмент организаций и администрирование (код, наименование)
Институт	экономики и управления
Форма обучения, курс	очная форма обучения, 2 курс заочная форма обучения, 1 курс

Рабочая программа адаптирована для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

Донецк

2026

Рабочая программа дисциплины "Бренд-менеджмент предприятия" для обучающихся по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент, магистерской программе: Менеджмент организаций и администрирование, Логистика разработана в соответствии с ОПОП ВО для набора обучающихся 2026 года.

Разработчик: Юзык Людмила Александровна, доцент кафедры маркетингового менеджмента, кандидат экономических наук, доцент

Рабочая программа утверждена на заседании кафедры маркетингового менеджмента
Протокол от «11» февраля 2026 года № 12

Зав. кафедрой маркетингового менеджмента

Балабанова Л.В.
(подпись) (фамилия, инициалы)

СОГЛАСОВАНО

Врио Директора института экономики и управления

Забарина Д.А.
(подпись) (фамилия, инициалы)

«24» февраля 2026 года

ОДОБРЕНО

Учебно-методическим советом ФГБОУ ВО «ДОННУЭТ»:

Протокол от «25» марта 2026 года № 8

Председатель Крылова Л.В.
(подпись) (фамилия, инициалы)

© Юзык Л.А., 2026 год
© Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского», 2026 год

1. ОПИСАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

<table>
<tr><td rowspan="2">Наименование показателей</td><td rowspan="2">Наименование укрупненной группы направлений подготовки/специальностей, направление подготовки/ специальность, профиль/ магистерская программа/специализация, программа высшего профессионального образования</td><td colspan="2">Характеристика учебной дисциплины</td></tr>
<tr><td>Очная форма обучения</td><td>Заочная форма обучения</td></tr>
<tr><td rowspan="2">Количество зачетных единиц – 3,0</td><td>Укрупненная группа направлений подготовки 38.00.00 Экономика и управление</td><td colspan="2" rowspan="2">Часть, формируемая участниками образовательных отношений</td></tr>
<tr><td>Направление подготовки 38.04.02 Менеджмент</td></tr>
<tr><td>Модулей – 1</td><td rowspan="4">Магистерские программы: Менеджмент организаций и администрирование, Логистика</td><td colspan="2">Год подготовки:</td></tr>
<tr><td>Смысловых модулей -2</td><td>2-й</td><td>1-й</td></tr>
<tr><td></td><td colspan="2">Семестр:</td></tr>
<tr><td>Общее количество часов – 108</td><td>3-й</td><td>2-й</td></tr>
<tr><td rowspan="13">Количество часов в неделю для очной формы обучения:
аудиторных – 2
самостоятельной работы обучающегося – 3</td><td rowspan="13">Программа высшего профессионального образования – программа магистратуры</td><td colspan="2">Лекции</td></tr>
<tr><td>16 час.</td><td>8 час.</td></tr>
<tr><td colspan="2">Практические, семинарские занятия</td></tr>
<tr><td>14 час.</td><td>6 час.</td></tr>
<tr><td colspan="2">Лабораторные работы</td></tr>
<tr><td>-</td><td>-</td></tr>
<tr><td colspan="2">Самостоятельная работа</td></tr>
<tr><td>76,95 час.</td><td>90,55 час.</td></tr>
<tr><td colspan="2"></td></tr>
<tr><td colspan="2">Форма промежуточной аттестации</td></tr>
<tr><td>зачет</td><td>зачет</td></tr>
</table>

* для очной формы обучения указывается количество проводимых текущих модульных контролей (например, 2ТМК), при наличии – курсовая работа/проект (КР/КП)

Соотношение количества часов аудиторных занятий и самостоятельной работы составляет: для очной формы обучения – 30/76,95
для заочной формы обучения – 14/90,55

2. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель учебной дисциплины: - освоение обучающимися теоретических и практических основ бренд-менеджмента предприятий, развитие ключевых компетенций в области создания и управления брендом предприятия, а также формирование комплексного представления о методах и стратегиях управления брендом компаний; овладение навыками исследования, умением принимать эффективные стратегические и тактические решения в сфере бренд-менеджмента предприятий.

Задачи учебной дисциплины: освоение сущности бренда предприятий, его структуры, характеристик и понимания модели бренд-менеджмента предприятий на современном этапе; использование механизмов и инструментов управления брендом предприятий; анализ основных особенностей управления брендом компаний; освоение подходов к разработке комплекса стратегий управления брендом компаний и в сфере бренд-менеджмента предприятий.

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина Б1.В.04 «Бренд-менеджмент предприятия» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений.

Необходимые для изучения дисциплины «Бренд-менеджмент предприятия» знания, умения и компетенции обучающегося формируются в результате освоения учебных дисциплин программы бакалавриата: «Брендинг», «Маркетинг», «Менеджмент предприятия», «Маркетинг предприятия», «Стратегическое управление».

Дисциплина «Бренд-менеджмент предприятия» не является предшествующей для изучения каких-либо специальных учебных дисциплин. Знания, навыки и умения, приобретенные обучающимся при успешном освоении курса, послужат необходимой мировоззренческой и методологической базой при подготовке к научно-исследовательской деятельности, при изучении учебных дисциплин профессионального цикла, защите магистерской диссертации.

4. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

В результате освоения изучения дисциплины у обучающегося должны быть сформированы **компетенции** и **индикаторы их достижения**:

Код и наименование компетенции	*Код и наименование индикатора достижения компетенции*
ПК-1. Способен осуществлять управленческий процесс на основе результатов оценки влияния факторов внешней среды на функционирование предприятий, организаций.	ИДК-4$_{ПК-1}$ Анализирует конкурентные позиции организации

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

знать: структуру, содержание, сущность и основные технологии создания бренда предприятия; содержание коммуникативной проблематики и ее проявления в процессе создания и функционирования бренда предприятия; развитие брендов в пространстве и времени, а также алгоритм их анализа; правовые аспекты бренд-менеджмента; особенности бренд-менеджмента различных компаний и организаций; основные тенденции развития современного бренд-менеджмента;

уметь: анализировать бренд предприятия с помощью основных категорий, понятий, терминов; применять на практике стратегии и тактики управления брендом предприятия; анализировать бренд предприятия через призму основных его элементов; анализировать индивидуальность бренда предприятия, сегментирование и состояние позиционирования бренда; анализировать систему управления транснациональными компаниями; оценивать развитие бренда в пространстве и времени;

владеть: инструментами стратегического и тактического уровней бренд-менеджмента; методами и способами оценки бренда предприятий; навыками управления капиталом бренда предприятий; методиками позиционирования и репозиционирования брендов; методами

разработки и оценки стратегий бренд-менеджмента.

5. ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

МОДУЛЬ 1. Бренд-менеджмент предприятия

Смысловой модуль 1. Теоретические аспекты бренд-менеджмента

Тема 1. Бренд-менеджмент: специфика на современном этапе

Тема 2. Правовые аспекты бренд-менеджмента

Тема 3. Управление портфелем брендов

Смысловой модуль 2. Практические аспекты бренд-менеджмента

Тема 4. Структура бренда предприятия: инструменты и технологии исследования

Тема 5. Методические подходы по идентификации и оценке бренда

6. СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Название смысловых модулей и тем	Количество часов											
	очная форма						заочная форма					
	всего	в том числе					всего	в том числе				
		л[1]	п[2]	лаб[3]	СР[4]	Пр[5]		л[1]	п[2]	лаб[3]	СР[4]	ПР[5]
МОДУЛЬ 1. Бренд-менеджмент предприятия												
Смысловой модуль 1. Теоретические аспекты бренд-менеджмента												
Тема 1. Бренд-менеджмент: специфика на современном этапе	19	2	2	-	15		19	-	1	-	18	
Тема 2. Правовые аспекты бренд-менеджмента	19	2	2	-	15		21	2	1	-	18	
Тема 3. Управление портфелем брендов	21	4	2	-	15		21	2	1	-	18	
Итого по смысловому модулю 1	***59***	***8***	***6***	***-***	***45***		***61***	***4***	***3***	***-***	***54***	
Смысловой модуль 2. Практические аспекты бренд-менеджмента												
Тема 4. Структура бренда предприятия: инструменты и технологии исследования	23	4	4	-	15		21,5	2	1,5	-	18	
Тема 5. Методические подходы по идентификации и оценке бренда	24,95	4	4	-	16,95		22,05	2	1,5	-	18,55	
Итого по смысловому модулю 2	***47,95***	***8***	***8***	***-***	***31,95***		***43,55***	***4***	***3***	***-***	***36,55***	
Всего:	**106,95**	**16**	**14**	**-**	**76,95**		**108**	**8**	**6**	**-**	**90,55**	
Катт						**0,8**						**1,2**
Каттэк						**0,25**						**0,25**
СР					**76,95**	**76,95**					**90,55**	
Контроль												**2**
Всего часов:		**16**	**14**		**76,95**	**108**		**8**	**6**	**-**	**90,55**	**3,45**

Примечания: 1. л – лекции;

п – практические (семинарские) занятия;

лаб – лабораторные занятия;

инд – индивидуальные задания;

СР – самостоятельная работа

7. ТЕМЫ СЕМИНАРСКИХ И ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ

№ п/п	Название темы	Количество часов	
		очная форма	заочная форма
1	Бренд-менеджмент: специфика на современном этапе	2	3
2	Правовые аспекты бренд-менеджмента	2	
3	Управление портфелем брендов	4	
4	Структура бренда предприятия: инструменты и технологии исследования	4	3
5	Методические подходы по идентификации и оценке бренда	4	
Всего:		**16**	**3**

8. ТЕМЫ ЛАБОРАТОРНЫХ ЗАНЯТИЙ

№ п/п	Название темы	Количество часов	
		очная форма	заочная форма
	не предусмотрены		

9. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА

№ п/п	Название темы	Количество часов	
		очная форма (полный срок обучения / ускоренное обучение по интегрированному плану)	заочная форма (полный срок обучения / ускоренное обучение по интегрированному плану)
1	Бренд-менеджмент: специфика на современном этапе	12	18
2	Правовые аспекты бренд-менеджмента	14	18
3	Управление портфелем брендов	14	18
4	Структура бренда предприятия: инструменты и технологии исследования	16	19
5	Методические подходы по идентификации и оценке бренда	16	19
Всего:		**76,95**	**90,55**

10. ОБЕСПЕЧЕНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ И ИНВАЛИДОВ

В ходе реализации дисциплины используются следующие дополнительные методы обучения, текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся в зависимости от их индивидуальных особенностей:

1) для слепых и слабовидящих:
   - лекции оформляются в виде электронного документа;
   - письменные задания могут быть заменены устным ответом;
   - письменные задания оформляются увеличенным шрифтом.
2) для глухих и слабослышащих:
   - лекции оформляются в виде электронного документа;
   - письменные задания выполняются на компьютере в письменной форме;
   - экзамен и зачёт проводятся в письменной форме на компьютере; возможно проведение в форме тестирования.
3) для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
   - лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
   - письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным

обеспечением;

- экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

При необходимости предусматривается увеличение времени для подготовки ответа.

Процедура проведения промежуточной аттестации для обучающихся устанавливается с учётом их индивидуальных психофизических особенностей. Промежуточная аттестация может проводиться в несколько этапов.

Проведение процедуры оценивания результатов обучения допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.

Обеспечивается доступ к информационным и библиографическим ресурсам в сети Интернет для каждого обучающегося в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

1) для слепых и слабовидящих:
   - в печатной форме увеличенным шрифтом;
   - в форме электронного документа.
2) для глухих и слабослышащих:
   - в печатной форме;
   - в форме электронного документа.
3) для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
   - в печатной форме;
   - в форме электронного документа.

11. СИСТЕМА ОЦЕНИВАНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Система оценивания по дисциплине, изучаемой в очной форме обучения

Форма контроля	**Максимальное количество баллов**	
	За одну работу	**Всего**
Текущий контроль		
-собеседование (устный опрос) (темы № 1-5)	2	10
- решение разноуровневых задач и ситуационных заданий (темы № 1-5)	2	20
- тестирование (темы № 1-5)	8	40
-реферат, доклад, эссе (темы № 1-5)	4	20
- текущий модульный контроль	5	10
Промежуточная аттестация	зачет	100
Итого за семестр	100	

Система оценивания по дисциплине, изучаемой в заочной форме обучения

Форма контроля	**Макс. количество баллов**	
	За одну работу	**Всего**
Текущий контроль: - собеседование (темы 1-9) - тестирование (темы 1-9) - разноуровневые задачи и задания (темы 2-9) - контрольная работа	 2 3 4 5	 18 27 32 23
Промежуточная аттестация	Дифференцированный зачет	100
Итого за семестр	*100*	

Вопросы к дифференцированному зачету:

1. Эволюция ключевых концепций бренд-менеджмента
2. Классическая и современная модели бренд-менеджмента
3. Специфические особенности бренд-менеджмента как функции управления
4. Принципы бренд-менеджмента предприятия
5. Системы организации бренд-менеджмента
6. Организационные структуры бренд-менеджмента
7. Проблема фальсификации и имитации брендов
8. Регистрация товарной марки
9. Регистрация промышленных образцов
10. Регистрация штриховых кодов
11. Регистрация доменов
12. Подходы к управлению портфелем брендов
13. Архитектура портфеля брендов
14. Разработка архитектуры бренда
15. Фирменные элементы бренда

16. Профиль бренда
17. «Спираль развития» бренда
18. «Ассоциативное пространство» бренда
19. «Колесо бренда»
20. «Вектор» бренда
21. «Четырехмерное поле» бренда
22. Инструменты продвижения бренда
23. Марочный капитал компании и способы его использования
24. Механизм оценки брендового капитала
25. Формы использования и передачи бренда
26. Трансформация бренда
27. Способы управления брендовыми потоками
28. Стратегический, инновационный и антикризисный бренд-менеджмент
29. Концепция бренд-ориентированной культуры
30. Социально-психологическая плоскость бренда

12. РАСПРЕДЕЛЕНИЕ БАЛЛОВ, КОТОРЫЕ ПОЛУЧАЮТ ОБУЧАЮЩИЕСЯ

Максимальное количество баллов за текущий контроль и самостоятельную работу					**Максимальная сумма баллов**
Смысловой модуль №1			Смысловой модуль №2		
Т1	Т2	Т3	Т4	Т5	100
20	20	20	20	20	

Примечание. Т1, Т2, ... Т5 – номера тем соответствующих смысловых модулей

Государственная шкала оценивания академической успеваемости

Сумма баллов за все виды учебной деятельности	**По государственной шкале**
90-100	«Отлично» (5)
80-89	«Хорошо» (4)
75-79	
70-74	«Удовлетворительно» (3)
60-69	
35-59	«Неудовлетворительно» (2)
0-34	

13. РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

Основная литература:

1. Аакер, Д. Бренд-лидерство: новая концепция брендинга : Brand leadership [Текст] / Д. Аакер, Э. Йохимштайлер ; [пер. с англ. Н. В. Кияченко, А. Н. Москвичева, Ю. А. Быстрова] . — М. : Издательский Дом Гребенникова, 2013 . — 374 с.

Дополнительная литература:

1. Домнин, В. Н. Брендинг: новые технологии в России [Текст] / В. Н. Домнин . — 2-е изд. — СПб. : Питер, 2014 . — 381 с.

2. ЛеПла, Ф. Дж. Интегрированный брендинг [Текст] : пер. с англ. / Ф. Дж. ЛеПла, Л.М. Паркер . — СПб : Изд. Дом "Нева" ; М. : Изд-во "ОЛМА-ПРЕСС Инвест", 2013 . — 320с.

3. Нильсон, Т. Конкурентный брендинг [Текст] . — СПб. : Питер, 2013 . — 208с.

4. Рожков, И. Я. От брендинга к бренд-билдингу: создание и продвижение фирменных товаров. Повышение марочного капитала [Текст] : рос. опыт / И. Я. Рожков, В.Г. Кисмерешкин . — М. : Гелла-принт, 2004 . — 320 с Маркетинг и менеджмент [Электронный ресурс] : учеб. пособие / Г. З. Ахметова, Д. И. Чернявский, А. В. Двойнев, Д. В. Рудаков ; М-во образования и науки РФ, Федер. гос. бюджет. образоват. учреждение высш. образования «Омский гос. технич. ун-т» . — Омск : ОмГТУ, 2016 . — Локал. компьютер сеть НБ ДонНУЭТ .

5. Маркетинг: практические подходы инновационного развития бизнеса [Электронный ресурс] : рекомендовано учеб.–метод. советом ПензГТУ для использования в учеб. процессе по экономическим специальностям : учеб. пособие / А. Ю. Павлов, В. Н. Батова, И. А. Бондин, А. Ю. Киндаев . — Пенза, 2016 . — Локал. компьютер сеть НБ ДонНУЭТ .

6. Молочников Н.Р. Прикладной маркетинг [Электронный ресурс] : учеб. пособие / Н. Р. Молочников, Н. Н. Крюченко ; Новорос. ин-т (филиал) АНО ВО Моск. гуманитар.-экон. ун-т" . — Ставрополь : Логос, 2017 . — Локал. компьютер сеть НБ ДонНУЭТ .

7. Самсонова Е.В. Тактический маркетинг [Электронный ресурс] : учеб. пособие / Е. В. Самсонова ; М-во образования и науки РФ, Волгоград. гос. техн. ун-т . — Волгоград, 2017 . — Локал. компьютер сеть НБ ДонНУЭТ .

8. Хартанович К.В. Маркетинг современной предпринимательской организации [Электронный ресурс] : учеб. пособие для студентов эконом. специальностей высш. учебных заведений / К. В. Хартанович, Н. Е. Тихонюк, Д. Р. Игошина . - Владимир, 2016 . — Локал. компьютер сеть НБ ДонНУЭТ.

9. Псарева Н.Ю. Маркетинговые исследования : теория и практика [Электронный ресурс] : учеб. пособие / Н. Ю. Псарева, Т. В. Дивина, А. В. Гарный ; Образоват. учреждение профсоюзов высш. образования "Акад. труда и соц. отношений", Каф. экономики и менеджмента . — М. : АТиСО, 2017 . — Локал. компьютер сеть НБ ДонНУЭТ .

Учебно-методические издания:

1. Бренд-менеджмент предприятия[Электронный ресурс] : конспект лекций. - ГО ВПО «ДонНУЭТ имени Михаила Туган-Барановского», 2024. – Локал. компьютер. сеть НБ ДонНУЭТ.

2. Бренд-менеджмент предприятия [Электронный ресурс] : прогр. высш. проф. образования бакалавриата, оч., заоч. форма обучения : учеб-метод. рекомендации по организации самостоятельной работы по дисциплине для студентов укрупненной группы 38.00.00 «Экономика и управление» направления подготовки 38.03.02 Менеджмент (профиль: Менеджмент организаций, Логистика) / У. В. Косенко, А. В. Костанда ; М-во образования и науки ДНР, ГО ВПО "Донец. нац. ун-т экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского, Ин-т экономики и упр., Каф. маркетинг. менеджмента . — Донецк : ДонНУЭТ, 2019 . — Локал. компьютер сеть НБ ДонНУЭТ.

3. Дистанционный курс в системе Moodl. [Электронный ресурс] / Режим доступа: http//distant.donnuet.education/

14 ИНФОРМАЦИОННЫЕ РЕСУРСЫ

1. Автоматизированная библиотечная информационная система Unilib UC : версия 2.110 // Научная библиотека Донецкого национального университета экономики и торговли им. Михаила Туган-Барановского. – [Донецк, 2021–]. – Текст : электронный.
2. Информио : электрон. справочник / ООО «РИНФИЦ». – Москва : Издат. дом «Информио», [2018?–]. – URL: https://www.informio.ru (дата обращения: 01.01.2023). – Текст : электронный.
3. IPR SMART : весь контент ЭБС Ipr books : цифровой образоват. ресурс / ООО «Ай Пи Эр Медиа». – [Саратов : Ай Пи Эр Медиа, 2022]. – URL: http://www.iprbookshop.ru (дата обращения: 01.01.2023). – Режим доступа: для авториз. пользователей. – Текст. Аудио. Изображения : электронные.
4. Лань : электрон.-библ. система. – Санкт-Петербург : Лань, cop. 2011–2021. – URL: https://e.lanbook.com/ (дата обращения: 01.01.2023). – Текст : электронный. – Режим доступа: для авторизир. пользователей.
5. СЭБ : Консорциум сетевых электрон. б-к / Электрон.-библ. система «Лань» при поддержке Агентства стратег. инициатив. – Санкт-Петербург : Лань, cop. 2011–2021. – URL: https://seb.e.lanbook.com/ (дата обращения: 01.01.2023). – Режим доступа : для пользователей организаций – участников, подписчиков ЭБС «Лань».
6. Polpred : электрон. библ. система : деловые статьи и интернет-сервисы / ООО «Полпред Справочники». – Москва : Полпред Справочники, cop. 1997–2022. – URL: https://polpred.com (дата обращения: 01.01.2023). – Текст : электронный.
7. Book on lime : дистанц. образование / изд-во КДУ МГУ им. М.В. Ломоносова. – Москва : КДУ, cop. 2017. – URL: https://bookonlime.ru (дата обращения: 01.01.2023) – Текст . Изображение. Устная речь : электронные.
8. Научная электронная библиотека elibrary.ru : информ.-аналит. портал / ООО Научная электронная библиотека. – Москва : ООО Науч. электрон. б-ка, cop. 2000–2022. – URL: https://elibrary.ru (дата обращения: 01.01.2023). – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.
9. cyberleninka : науч. электрон. б-ка «КиберЛенинка» / [Е. Кисляк, Д. Семячкин, М. Сергеев ; ООО «Итеос»]. – Москва : КиберЛенинка, 2012– . – URL: http://cyberleninka.ru (дата обращения: 01.01.2023). – Текст : электронный.
10. Национальная электронная библиотека : НЭБ : федер. гос. информ. система / М-во культуры Рос. Федерации [и др.]. – Москва : Рос. гос. б-ка : ООО ЭЛАР, [2008–]. – URL: https://rusneb.ru/ (дата обращения: 01.01.2023) – Текст. Изображение : электронные.
11. Научно-информационный библиотечный центр имени академика Л.И. Абалкина / Рос. экон. ун-т им. В.Г. Плеханова. – Москва : KnowledgeTree Inc., 2008– . – URL: http://liber.rea.ru/login.php (дата обращения: 01.01.2023). – Режим доступа: для авторизир. пользователей. – Текст : электронный.
12. Библиотечно-информационный комплекс / Финансовый ун-т при Правительстве Рос. Федерации. – Москва : Финансовый университет, 2019– . – URL: http://library.fa.ru/ (дата обращения: 01.01.2023) – Режим доступа: для авторизир. пользователей. – Текст : электронный.
13. Университетская библиотека онлайн : электрон. библ. система. – ООО «Директ-Медиа», 2006– . – URL: https://biblioclub.ru/ (дата обращения: 01.01.2023) – Режим доступа: для авторизир. пользователей. – Текст : электронный.
14. Электронный каталог Научной библиотеки Донецкого национального университета экономики и торговли им. Михаила Туган-Барановского. – Донецк : НБ ДОННУЭТ, 1999– . – URL: http://catalog.donnuet.education (дата обращения: 01.01.2023). – Текст : электронный.

15. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Минимально необходимый для реализации ООП магистратуры перечень материально-технического обеспечения включает аудиторный фонд в соответствии с утвержденным расписанием с использованием мультимедийного демонстрационного комплекса кафедры маркетингового менеджмента (проектор, ноутбук).

16. КАДРОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

ФИО педагогического работника, учавствующего в реализации образовательной программы	Условия привлечения	Должность, ученая степень, ученое звание	Уровень образования, наименование специальности, направления подготовки, наименование присвоенной квалификации	Сведенния о дополнительном профессиональном образовании
Юзык Людмила Александровна	По основному месту работы	Доцент кафедры маркетингового менеджмента	Высшее "Экономика и управление в торговле и общественном питании", экономист-организатор Диплом кандидата наук ДК № 003898	1) Повышение квалификации, «Методика антикоррупционного просвещения и воспитания в организациях высшего образования (для педагогических работников)», ФГБОУ ВО «Тюменский государственный университет», г. Тюмень, 25-30.11.2024 г. Удостоверение о ПК 7220240340289, 30.11.2024 г. 2) Повышение квалификации, «Предметно-методическая деятельность в организации высшего образования в условия реализации ФГОС ВО», ООО "МИПКИП", г. Липецк, 14.03.2025 - 27.03.2025, Удостоверение о ПК 480031224684, №31/224684, 27.03.2025 г.
				3) 2025 г. Образовательное учреждение профсоюзов высшего образования «Академия труда и социальных отношений», Институт экономики и права (филиал) ОУП ВО «АТиСО» в г. Севастополе. Переподготовка по дополнительной профессионально программе профессиональной переподготовки «Юриспруденция» (530 часов). С 2611.2024 г. по 28.02.2025 г. Диплом о про-фессиональной подготовке 770400036856 Рег.номер 2302 г. Москва 12.03.2025 г.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ Б.1.В.04 БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТ ПРЕДПРИЯТИЯ

Направление подготовки 38.04.02 Менеджмент
(код и наименование)

Магистерские программы: Менеджмент организаций и администрирование , Логистика
(наименование)

Трудоемкость учебной дисциплины: 3,0 з.е.

Планируемые результаты обучения по учебной дисциплине:

В результате изучения учебной дисциплины обучающийся должен:

знать: структуру, содержание, сущность и основные технологии создания бренда предприятия; содержание коммуникативной проблематики и ее проявления в процессе создания и функционирования бренда предприятия; развитие брендов в пространстве и времени, а также алгоритм их анализа; правовые аспекты бренд-менеджмента; особенности бренд-менеджмента различных компаний и организаций; основные тенденции развития современного бренд-менеджмента;

уметь: анализировать бренд предприятия с помощью основных категорий, понятий, терминов; применять на практике стратегии и тактики управления брендом предприятия; анализировать бренд предприятия через призму основных его элементов; анализировать индивидуальность бренда предприятия, сегментирование и состояние позиционирования бренда; анализировать систему управления транснациональными компаниями; оценивать развитие бренда в пространстве и времени;

владеть: инструментами стратегического и тактического уровней бренд-менеджмента; методами и способами оценки бренда предприятий; навыками управления капиталом бренда предприятий; методиками позиционирования и репозиционирования брендов; методами разработки и оценки стратегий бренд-менеджмента.

обладать компетенциями:

Код и наименование компетенции	*Код и наименование индикатора достижения компетенции*
ПК-1. Способен осуществлять управленческий процесс на основе результатов оценки влияния факторов внешней среды на функционирование предприятий, организаций.	ИДК-4$_{ПК-1}$ Анализирует конкурентные позиции организации

Смысловые модули и темы учебной дисциплины:

МОДУЛЬ 1. Бренд-менеджмент предприятия

Смысловой модуль 1. Теоретические аспекты бренд-менеджмента

Тема 1. Бренд-менеджмент: специфика на современном этапе

Тема 2. Правовые аспекты бренд-менеджмента

Тема 3. Управление портфелем брендов

Смысловой модуль 2. Практические аспекты бренд-менеджмента

Тема 4. Структура бренда предприятия: инструменты и технологии исследования

Тема 5. Методические подходы по идентификации и оценке бренда

Форма промежуточной аттестации: ___зачет_____
(зачет, экзамен)

Разработчик:
Юзык Л.А.., к.э.н., доцент _____
(ФИО, ученая степень, ученое звание) *(подпись)*

Заведующая кафедрой
маркетингового менеджмента
Балабанова Л.В., д.э.н., профессор _____
(ФИО, ученая степень, ученое звание) *(подпись)*