

| | | |
|--|---|--------|
| Документ подписан простой электронной подписью Информация о владельце: ФИО: Таскаев Сергей Валерьевич Должность: Ректор | МИНОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ») | |
| Дата подписания: 30.04.2026 11:27:22 Уникальный программный ключ: 04c19ed8bfb98f3b6cb77a486b9a8788b87327373 | Рабочая программа дисциплины "Технологии создания бренда образовательной организации" по направлению подготовки (специальности) 44.04.01 "Педагогическое образование" направленности (профилю) Стратегическое управление в образовании ФГБОУ ВО «ЧелГУ» | стр. 1 |

Рабочая программа дисциплины (модуля)*
Технологии создания бренда образовательной организации

Направление подготовки (специальность)

44.04.01 Педагогическое образование

Направленность (профиль)

Стратегическое управление в образовании

Присваиваемая квалификация (степень)

Магистр

Форма обучения

очная

Год(ы) набора 2026

*Рабочая программа дисциплины (модуля) адаптирована для инклюзивного обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

Челябинск 2026 г.



Содержание

1. Цели освоения дисциплины
2. Место дисциплины в структуре ОПОП
3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)
4. Объем дисциплины (модуля)
5. Структура и содержание дисциплины (модуля)
6. Фонд оценочных средств
 - 6.1. Перечень видов оценочных средств
 - 6.2. Типовые контрольные задания и иные материалы для текущей аттестации
 - 6.3. Типовые контрольные вопросы и задания для промежуточной аттестации
 - 6.4. Критерии оценивания
7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)
 - 7.1. Рекомендуемая литература
 - 7.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
 - 7.3. Перечень информационных технологий
8. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)
9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)
10. Специальные условия освоения дисциплины обучающимися с инвалидностью и ограниченными возможностями здоровья



1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью изучения дисциплины «Технологии создания бренда образовательной организации» является приобретение теоретических знаний о бренде как основополагающей категории маркетинга и получение практических навыков, связанных с процессом управления брендом в образовании

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Цикл (раздел) ОПОП: К.М.04.ДВ.01.02

2.1 Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Стратегии развития образования в РФ

Самоменеджмент

Основы стратегического менеджмента в образовании

2.2 Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:

Основы организации профессиональной педагогической деятельности

Научно-методическое сопровождение инновационных образовательных практик

Коммуникация и межкультурное взаимодействие

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

УК-2: Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла

Знать:

методы, критерии и параметры оценки результатов выполнения проекта;

Уметь:

рассчитывать качественные и количественные результаты, сроки выполнения проектной работы.

Владеть:

организацией проведения профессионального обсуждения проекта, участием в ведении проектной документации;

УК-3: Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели

Знать:

проблемы подбора эффективной команды;

Уметь:

определять стиль управления и эффективность руководства командой;

Владеть:

организацией и управлением командным взаимодействием в решении поставленных целей;

ПК-1: Способность формировать образовательную среду и использовать профессиональные знания и умения в реализации задач инновационной образовательной политики

Знать:

современные тенденции развития образовательной системы

Уметь:

конструировать и проводить занятия разных типов и форм

Владеть:

приемами изучения, обобщения педагогического опыта

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1 Знать:

3.1.1 – модели брендов, характера решений относительно сравнения преимуществ бренда, стратегии позиционирования, идентичность бренда, атрибуты бренда;

3.1.2 – процесс разработки программ лояльности и управления брендами;



Рабочая программа дисциплины "Технологии создания бренда образовательной организации" по направлению подготовки (специальности) 44.04.01 "Педагогическое образование" направленности (профилю) Стратегическое управление в образовании ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

стр. 4

3.1.3 – современные технологии маркетинговых исследований в брендинге;

3.2 Уметь:

3.2.1 - определять классификационную принадлежность бренда;

3.2.2 – разрабатывать модель бренда;

3.2.3 – разрабатывать маркетинговые стратегии позиционирования бренда;

3.3 Владеть:

3.3.1 – методологией инструментов маркетингового управления, в частности, характера решений, относительно управления брендом компании;

3.3.2 – практическими навыками формирования, управления и продвижения брендом.

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

| | |
|-------------------------------------|--|
| Общая трудоемкость | 2 ЗЕТ |
| Часов по учебному плану : 72 | Виды контроля в семестрах: зачеты 2 |
| в том числе : | |
| аудиторные занятия : 12 | |
| самостоятельная работа : 59,8 | |
| контактная работа: 12,2 ИКР: 0,2 | |

5. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

| Код занятия | Наименование разделов и тем /вид занятия/ | Семестр / Курс | Часов | Литература |
|-------------|---|----------------|-------|--------------------------------|
| | Раздел 1. Основы брендинга | | | |
| 1.1 | Предмет дисциплины. Межпредметные связи дисциплины «Технологии создания бренда образовательной организации» с другими учебными дисциплинами. /Пр/ | 2 | 1 | Л1.2 Л1.4Л2.1 Э1 Э2 Э3 |
| 1.2 | Предмет дисциплины. Межпредметные связи дисциплины «Технологии создания бренда образовательной организации» с другими учебными дисциплинами. /Ср/ | 2 | 6 | Л1.2 Л1.4Л2.1 |
| 1.3 | Сущность и основные аспекты разработки, продвижения и управления брендом. /Пр/ | 2 | 1 | Л1.2 Л1.4Л2.1 |
| 1.4 | Сущность и основные аспекты разработки, продвижения и управления брендом. /Ср/ | 2 | 8 | Л1.2 Л1.4Л2.1 |
| 1.5 | Понятийный аппарат курса: торговая марка, бренд, товарный знак, сервисная марка, позиционирование бренда, брендинг, товар, жизненный цикл бренда, лояльность к бренду, индивидуальность бренда, идентичность, образ, имидж, репутация и т.д. /Пр/ | 2 | 2 | Л1.2 Л1.4Л2.1 |
| 1.6 | Понятийный аппарат курса: торговая марка, бренд, товарный знак, сервисная марка, позиционирование бренда, брендинг, товар, жизненный цикл бренда, лояльность к бренду, индивидуальность бренда, идентичность, образ, имидж, репутация и т.д. /Ср/ | 2 | 10 | Л1.2 Л1.4Л2.1 |
| 1.7 | Семиотический треугольник: означающее – означаемое – денотат. Денотативное и коннотативное значение предмета. /Пр/ | 2 | 2 | Л1.2 Л1.4Л2.1 |
| 1.8 | Семиотический треугольник: означающее – означаемое – денотат. Денотативное и коннотативное значение предмета. /Пр/ | 2 | 2 | Л1.2 Л1.4Л2.1 |
| | Раздел 2. Бренд как метод и инструмент маркетинга в образовательных организациях. | | | |
| 2.1 | Роль бренда в современной экономике образовательной организаций. /Пр/ | 2 | 1 | Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1Л3.1 |
| 2.2 | Роль бренда в современной экономике образовательной организаций. /Ср/ | 2 | 9,8 | Л1.2 Л1.4Л2.1 Э1 |



| | | | | |
|---|--|---|-----|---------------------|
| 2.3 | Связь между корпоративной и брендинговой стратегией. /Пр/ | 2 | 1 | Л1.2 Л1.4Л2.1 Э2 |
| 2.4 | Связь между корпоративной и брендинговой стратегией. /Ср/ | 2 | 6 | Л1.2 Л1.4Л2.1 Э3 |
| 2.5 | Факторы, определяющие развитие бренда. Стратегические цели бренда. Использование бренда для информирования о других стратегических приоритетах образовательной организации. /Пр/ | 2 | 2 | Л1.2 Л1.4Л2.1 |
| 2.6 | Факторы, определяющие развитие бренда. Стратегические цели бренда. Использование бренда для информирования о других стратегических приоритетах образовательной организации. /Ср/ | 2 | 10 | Л1.2 Л1.4Л2.1 |
| 2.7 | Законодательная основа в области марочной политики образовательной организации. Перспективы развития брендинга. /Ср/ | 2 | 10 | Л1.2 Л1.4Л2.1 |
| Раздел 3. Иная контактная работа | | | | |
| 3.1 | Индивидуальные консультации. Текущий контроль /ИКР/ | 2 | 0,2 | |

6. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

6.1. Перечень видов оценочных средств

Темы для презентаций-докладов
Вопросы к зачёту

6.2. Типовые контрольные задания и иные материалы для текущей аттестации

Темы для презентаций-докладов
Особенности формирования брендов на различных типах рынков
Процесс разработка бренда
Аналитические процедуры в брендинге
Подходы к маркетинговым исследованиям в брендинге
Количественные методы исследования: оценка осведомленности, изучение образа марки, оценка восприятия торговой марки, оценка приверженности к торговой марке
Позиционирование бренда образовательной организации
Идентичность бренда образовательной организации

6.3. Типовые контрольные вопросы и задания для промежуточной аттестации

Вопросы к зачёту

1. Предмет дисциплины. Междисциплинарные связи дисциплины «Технологии создания бренда образовательной организации» с другими учебными дисциплинами
2. Сущность и основные аспекты разработки, продвижения и управления брендом
3. Понятийный аппарат курса: торговая марка, бренд, товарный знак, сервисная марка, позиционирование бренда, брендинг, товар, жизненный цикл бренда, лояльность к бренду, индивидуальность бренда, идентичность, образ, имидж, репутация и т.д.
4. Семиотический треугольник: означающее – означаемое – денотат. Денотативное и коннотативное значение предмета
5. Роль бренда в современной экономике организаций
6. Связь между корпоративной и брендинговой стратегией
7. Факторы, определяющие развитие бренда. Стратегические цели бренда. Использование бренда для информирования о других стратегических приоритетах образовательной организации
8. Законодательная основа в области марочной политики образовательной организации. Перспективы развития брендинга
9. Определение термина «бренд». Основные понятия в брендинге
10. Различия между терминами «бренд» и «товарный знак». Основные показатели эффективности бренда
11. Эмоциональный капитал бренда
12. Формирование лояльности к бренду
13. Планирование коммуникаций как инструмент развития бренда
14. Структурообразующие элементы архитектуры бренда
15. Успешное и неуспешное использование западных концепций брендинга в России

6.4. Критерии оценивания



Промежуточная аттестация в форме зачета оценивает результаты учебной деятельности студента в течение всего семестра. Индивидуальный результат учебной деятельности студента учитывает следующие показатели: результаты выполнения тестов самоконтроля по всем темам дисциплины, решение задач, результаты выполнения проектных заданий. Если по итогам работы на семинарах не представляется возможности поставить отметку «Зачтено», со студентом проводится итоговое занятие в форме тестирования и собеседования по вопросам тех тем, разделов, к которым он не был готов отвечать на семинаре, или ответил неудовлетворительно, или отсутствовал на семинарском (практическом) занятии.

Отметка «Зачтено» ставится, если студент демонстрирует точное и прочное знание материала в заданном объеме; понимает материал, способен самостоятельно рассуждать и делать умозаключения, основанные на анализе научного психологического знания. Возможны некоторые неточности, но такие, которые не служат препятствием для дальнейшего обучения.

Отметка «Не зачтено» ставится, если студент материалом не владеет, не понимает его, знания поверхностные, отрывочные, студент не способен самостоятельно рассуждать и делать умозаключения, основанные на анализе пройденного материала, допускает серьезные ошибки.

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

7.1. Рекомендуемая литература

7.1.1. Основная литература

| | Авторы, | Заглавие | Издательство, | Ресурс |
|------|---|--|---|--------|
| ЛП.1 | Демченко С. Г., Юсупова Г. Р. | Исследование бренда высшего учебного заведения: монография (https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=257692) | Казань : Познание (Институт ЭУП), 2012 | ЭБС |
| ЛП.2 | Годин А. М. | Брендинг: учебное пособие (https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453899) | Москва : Дашков и К, 2016 | ЭБС |
| ЛП.3 | Киуру К. В., Журавлева А. А., Симакова С. И. | Современные коммуникационные технологии продвижения бренда: учебное пособие (https://library.csu.ru/rbooks2/view? code=texts/007737/kiurukv) | Челябинск : Издательство Челябинского государственно го университета, 2017 | ЭБС |
| ЛП.4 | Рюмин М. Ю., Слушаенко М. В., Будник А. В., Моисеева Н. К. | Брендинг в управлении маркетингом | Москва : Омега- Л, 2006 | |

7.1.2. Дополнительная литература

| | Авторы, | Заглавие | Издательство, | Ресурс |
|------|--------------|--|---|--------|
| ЛП.1 | Сайкин Е. А. | Основы брендинга: учебное пособие (https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=576511) | Новосибирск : Новосибирский государственны й технический университет, 2016 | ЭБС |

7.1.3. Методические разработки

| | Авторы, | Заглавие | Издательство, | Ресурс |
|------|--------------|--|--|--------|
| ЛП.1 | Осипова Е.А. | Теория и практика социокультурного брендинга. Ценностные аспекты создания брендов в социальной сфере: учебное пособие (https://znanium.com/catalog/document?id=91306) | Москва : ООО "Научно- издательский центр ИНФРА- М", 2015 | ЭБС |

7.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

| | |
|----|--|
| Э1 | Университетская библиотека онлайн [Электронный ресурс] : электронно-библиотечная система (ЭБС) / ООО Директмедиа Паблишинг. URL: http://biblioclub.ru/ |
| Э2 | Юрайт [Электронный ресурс] : электронно-библиотечная система (ЭБС) / издательство Юрайт. URL: https://biblio-online.ru |



ЭЗ Лань [Электронный ресурс] : электронно-библиотечная система (ЭБС) / издательство Лань. URL: <http://e.lanbook.com/>

7.3 Перечень информационных технологий

7.3.1 Программное обеспечение

LMS Moodle

7.3.2 Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы

1. eLIBRARY.RU [Электронный ресурс] : электронная библиотека / Науч. электрон.б-ка. – Москва, 1999 – . – Режим доступа: <http://elibrary.ru/defaultx.asp> (дата обращения: 01.09.2020). – Яз. рус., англ.

2. Moodle [Электронный ресурс] : система управления обучением : [база данных] / Челяб. гос. ун-т. – Челябинск, б.г. – Доступ из сети ЧелГУ или, после регистрации из сети ун-та, из любой точки, имеющей доступ в интернет. – URL: <http://moodle.uio.csu.ru/login/index.php> (дата обращения: 01.09.2016).

3. Znanium.com [Электронный ресурс] : электронно-библиотечная система / Научно-издательский центр ИНФРА-М. – Москва, 2002 – . – Режим доступа: <http://znanium.com/> (дата обращения: 01.09.2020). Доступ открыт к книгам основной коллекции. После регистрации из сети университета доступ возможен с любого устройства, с выходом в Интернет.

4. Издательство Лань [Электронный ресурс] : электронно-библиотечная система (ЭБС). – Санкт-Петербург, 2010 – . – Доступ к полным текстам с любого компьютера, после регистрации из сети ЧелГУ. – URL: <http://e.lanbook.com/> (дата обращения: 01.09.2020).

5. ИНФОРМИО [Электронный ресурс] : электронный справочник [обеспечение всех типов образовательных учреждений нормативными, методическими, научно-практическими материалами]. – Москва, 2010 – . – Доступ из сети университета : <http://www.informio.ru/> (дата обращения: 01.09.2016).

6. Практикум психолого-педагогический-16 [Электронный ресурс]: электронный курс. – URL: <http://moodle.uio.csu.ru/course/view.php?id=1052>

7. Университетская библиотека онлайн [Электронный ресурс] : электронно-библиотечная система (ЭБС) / ООО ДиректмедиаПабблишинг. – Москва, 2001 – . – Доступ к полным текстам с любого компьютера, после регистрации из сети ЧелГУ – URL: <http://biblioclub.ru/> (дата обращения: 01.09.2020).

8. Электронная библиотека диссертаций [Электронный ресурс] : официальный сайт / Рос.гос.б-ка. – Москва : Рос.гос. б-ка, 2003 – . – Доступ только из сети университета: <http://diss.rsl.ru/>(дата обращения: 01.09.2020).

eLIBRARY.RU - НАУЧНАЯ ЭЛЕКТРОННАЯ БИБЛИОТЕКА

8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

В ходе изучения дисциплины студенты имеют доступ к современным электронным базам данных, содержащим актуальную, в том числе зарубежную исследовательскую и иную профессиональную литературу по профилю подготовки, доступ к тематическим и профессионально ориентированным Интернет-ресурсам. Факультет психологии и педагогики располагает: аудиторией, оборудованную проектором NEC Projector NP 40 G, экраном Projecta Slim Screen, ноутбуком Toshiba, ноутбуком HP Compaq ауд. (ауд. 410); аудиторией для проведения семинарских и практических занятий на 25 посадочных мест, оборудованную учебной и мягкой мебелью, учебными муляжами, схемами, таблицами (ауд. 109); специализированной компьютерной аудиторией с выходом в Интернет и наличием внутренней сети на 19 компьютеров Intel Pentium 2,6 GHz, видеопроектором Benq (ауд. 110); ноутбук Acer 2 GHz, видеопроектор Benq, интерактивная доска SmartBoard (ауд. 111); кабинетом педагогики и психологии, оборудованный 9 компьютерами Intel Pentium 2,6 GHz с выходом в Интернет, видеопроектором Sanyo, учебной и научной литературы, периодические издания (ауд.102); библиотекой (имеющую рабочие места для студентов, оснащенные компьютерами с доступом к базам данных, Интернет-ресурсам).

9. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

В случае применения при обучении дисциплины электронного обучения, дистанционных образовательных технологий общение обучающихся и преподавателя осуществляется в режиме реального времени (вебинары, чаты, видео-конференции) или отложенного времени (система дистанционного обучения Moodle, электронная почта). Большую часть времени обучающиеся самостоятельно работают с учебно-методическими материалами. Студенты имеют возможность консультироваться с преподавателем по всем вопросам, возникающим в ходе самостоятельной работы посредством электронной почты, социальных сетей и т.п. Доступ обучающегося к учебным ресурсам в режиме отложенного времени, самостоятельной работы осуществляется через сеть Интернет в удобном для него месте, времени и темпе.



10. СПЕЦИАЛЬНЫЕ УСЛОВИЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ОБУЧАЮЩИМИСЯ С ИНВАЛИДНОСТЬЮ И ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Освоение дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с использованием специальных технических средств и информационных технологий, предоставляемых Ресурсным учебно-методическим центром по обучению инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья ЧелГУ по запросу обучающегося (мобильные специальные технические средства для лиц с нарушениями зрения и с нарушением слуха, ассистивные информационные технологии).

При необходимости для обучающихся с нарушениями зрения на рабочих местах для проведения практических или лабораторных занятий устанавливается специальное программное обеспечение (программа речевой навигации, речевые синтезаторы, экранные лупы).

В учебные аудитории обеспечивается беспрепятственный доступ для обучающихся с инвалидностью и с ограниченными возможностями здоровья. В каждой аудитории, где обучаются инвалиды и лица с ограниченными возможностями здоровья, предусматривается соответствующее количество мест для обучающихся с учетом нарушений их здоровья.

Для освоения дисциплины инвалидам и лицам с ограниченными возможностями здоровья предоставляется доступ к печатным источникам, имеющимся в научной библиотеке ЧелГУ, с помощью специальных технических средств; доступ с помощью специальных технических и программных средств к электронным источникам, представленным в форме электронного документа в фонде научной библиотеки ЧелГУ или электронно-библиотечных системах.

Учебно-методические материалы для обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и особенностям восприятия информации.

Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья освоение дисциплины может быть частично или полностью осуществлено с использованием дистанционных образовательных технологий.

При проведении промежуточной аттестации по дисциплине обучающимся с инвалидностью и с ограниченными возможностями здоровья обеспечивается по их заявлению предоставление в доступной форме в зависимости от их индивидуальных особенностей инструкции о порядке проведения промежуточной аттестации, оценочных средств и возможности ответов на задания (письменно на бумаге, набор ответов на компьютере, письменно шрифтом Брайля, с использованием услуг ассистента, устно).

При проведении процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предусматривается использование предоставленных ЧелГУ или собственных технических средств, необходимых им в связи с их индивидуальными особенностями. При необходимости инвалидам и лицам с ограниченными возможностями здоровья предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на задания, процедура оценивания результатов обучения по дисциплине может проводиться в несколько этапов.