

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: 27.06.2025 12:08:26 Уникальный программный ключ: 04c19ed8bfb98f3b6cb77a486b9a8788b8322323	Рабочая программа дисциплины "Бренд-менеджмент" по направлению подготовки (специальности) 42.04.01 Реклама и связи с общественностью" направленности (профилю) Современные медиакоммуникационные стратегии ФГБОУ ВО «ЧелГУ»	стр. 1

## **Рабочая программа дисциплины (модуля)\***

**Бренд-менеджмент**

Направление подготовки (специальность)

42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль)

Современные медиакоммуникационные стратегии

Присваиваемая квалификация (степень)

магистр

Форма обучения

очная

Год(ы) набора 2025

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

Челябинск 2025 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

– формирование профессиональных знаний в области управления брендом в области рекламы и пиар с целью разработки эффективных управленческих решений по продвижению бренда в конкурентном информационно-потребительском пространстве.

Освоение дисциплины предполагает достижение следующих компетенций:

УК-2.1. Определяет этапы жизненного цикла проекта и выстраивает последовательность их реализации.

УК-2.2. Формулирует проблему, на решение которой направлен проект, грамотно определяет цель проекта.

УК-2.3. Проектирует решение конкретных задач проекта, выбирая оптимальный способ их решения.

УК-3.1. Разрабатывает командную стратегию для достижения поставленной цели.

УК-3.2. Умеет организовывать и руководить работой команды.

УК-3.3. Демонстрирует понимание результатов работы команды и личных действий в ней.

ПК-2.1. Отбирает аналитические методы и инструменты для целеполагания, планирования и оценки эффективности коммуникационной стратегии, коммуникационного проекта и применяет их на практике.

ПК-2.2. Проводит анализ ситуации и разрабатывает программы исследований в сфере рекламы и связей с общественностью.

### 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Цикл (раздел) ОПОП: Б1.В.01.02

#### 2.1 Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Дисциплина опирается на входные знания об

управлении, о бренде, об особенностях конкурентной среды.

Организация медиакампаний

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

В процессе освоения дисциплины должны быть приобретены теоретические и практические знания и навыки основ бренд-менеджмента в разработке и применении стратегических средств по организации работы и востребованному предложению на рынке. Знания востребованы при освоении связанных с этой тематикой дисциплин и производственных практик.

Управление персоналом в медиаиндустрии

Ивент-менеджмент

Личный бренд: технологии формирования и продвижения

Продвижение медиапродуктов креативных индустрий

Технологии работы в социальных медиа

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

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

##### Знать:

Для достижения УК-2.1.: Знать этапы жизненного цикла проекта и выстраивать последовательность их реализации

Для достижения УК-2.2.: Знать принципы формулирования проблемы, на решение которой направлен проект, грамотно определять цель проекта.

Для достижения УК-2.3.: Знать принципы решения конкретных задач проекта, выбирая оптимальный способ их решения.

##### Уметь:

Для достижения УК-2.1.: Уметь учитывать этапы жизненного цикла проекта и выстраивать последовательность их реализации

Для достижения УК-2.2.: Уметь применять принципы формулирования проблемы, на решение которой направлен проект, грамотно определять цель проекта.

Для достижения УК-2.3.: Уметь проектировать решение конкретных задач проекта, выбирая оптимальный способ их решения.



**Владеть:**

Для достижения УК-2.1.: Владеть навыками определения этапов жизненного цикла проекта и выстраивать последовательность их реализации

Для достижения УК-2.2.: Владеть опытом формулирования проблемы, на решение которой направлен проект, грамотно определять цель проекта

Для достижения УК-2.3.: Владеть навыками проектирования решений конкретных задач проекта, выбирая оптимальный способ их решения.

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

**Знать:**

Для достижения УК-3.1.: Знать принципы командной стратегии для достижения поставленной цели.

Для достижения УК-3.2.: Знать принципы организации и руководства работы команды.

Для достижения УК-3.3.: Знать показатели результативности работы команды и личных действий в ней.

**Уметь:**

Для достижения УК-3.1.: Уметь разрабатывать командную стратегию для достижения поставленной цели.

Для достижения УК-3.2.: Уметь применять принципы организации и руководства работы команды.

Для достижения УК-3.3.: Уметь демонстрировать понимание результатов работы команды и личных действий в ней.

**Владеть:**

Для достижения УК-3.1.: Владеть навыками применения командной стратегии для достижения поставленной цели

Для достижения УК-3.2.: Владеть практическим опытом организации и руководства работы команды

Для достижения УК-3.3.: Владеть навыками анализа результативности работы команды и личных действий в ней

**ПК-2: Способен осуществлять научные исследования с учетом специфики профессиональной сферы**

**Знать:**

Для достижения ПК-2.1.: Знать аналитические методы и инструменты для целеполагания, планирования и оценки эффективности коммуникационной стратегии, коммуникационного проекта и применяет их на практике

Для достижения ПК-2.2.: Знать основы анализ ситуации и разработки программы исследований в сфере рекламы и связей с общественностью

**Уметь:**

Для достижения ПК-2.1.: Уметь отбирать аналитические методы и инструменты для целеполагания, планирования и оценки эффективности коммуникационной стратегии, коммуникационного проекта и применяет их на практике

Для достижения ПК-2.2.: Уметь проводить анализ ситуации и разрабатывать программы исследований в сфере рекламы и связей с общественностью

**Владеть:**

Для достижения ПК-2.1.: Владеть навыками отбора аналитические методов и инструментов для целеполагания, планирования и оценки эффективности коммуникационной стратегии, коммуникационного проекта и применяет их на практике

Для достижения ПК-2.2.: Владеть навыками анализа ситуации и разработки программы исследований в сфере рекламы и связей с общественностью

**В результате освоения дисциплины обучающийся должен**

3.1	Знать:
3.1.1	- этапы жизненного цикла проекта и выстраивать последовательность их реализации
3.1.2	- принципы формулирования проблемы, на решение которой направлен проект, грамотно определять цель проекта
3.1.3	- принципы решения конкретных задач проекта, выбирая оптимальный способ их решения
3.1.4	- принципы командной стратегии для достижения поставленной цели
3.1.5	- принципы организации и руководства работы команды
3.1.6	- показатели результативности работы команды и личных действий в ней
3.1.7	- аналитические методы и инструменты для целеполагания, планирования и оценки эффективности коммуникационной стратегии, коммуникационного проекта и применяет их на практике



Рабочая программа дисциплины "Бренд-менеджмент" по направлению подготовки (специальности) 42.04.01 "Реклама и связи с общественностью" направленности (профилю) Современные медиакоммуникационные стратегии ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

стр. 5

3.1.8 - основы анализ ситуации и разработки программы исследований в сфере рекламы и связей с общественностью

**3.2 Уметь:**

3.2.1 - учитывать этапы жизненного цикла проекта и выстраивать последовательность их реализации

3.2.2 - применять принципы формулирования проблемы, на решение которой направлен

3.2.3 проект, грамотно определять цель проекта

3.2.4 - проектировать решение конкретных задач проекта, выбирая оптимальный способ их решения

3.2.5 - разрабатывать командную стратегию для достижения поставленной цели.

3.2.6 - применять принципы организации и руководства работы команды.

3.2.7 - демонстрировать понимание результатов работы команды и личных действий в ней

3.2.8 - отбирать аналитические методы и инструменты для целеполагания, планирования и оценки эффективности коммуникационной стратегии, коммуникационного проекта и применяет их на практике

3.2.9 - проводить анализ ситуации и разрабатывать программы исследований в сфере рекламы и связей с общественностью

**3.3 Владеть:**

3.3.1 - определения этапов жизненного цикла проекта и выстраивать последовательность их реализации

3.3.2 - формулирования проблемы, на решение которой направлен проект, грамотно определять цель проекта

3.3.3 - проектирования решений конкретных задач проекта, выбирая оптимальный способ их решения

3.3.4 - применения командной стратегии для достижения поставленной цели

3.3.5 - практического опыта организации и руководства работы команды

3.3.6 - анализа результативности работы команды и личных действий в ней

3.3.7 - отбора аналитические методов и инструментов для целеполагания, планирования и оценки эффективности коммуникационной стратегии, коммуникационного проекта и применяет их на практике

3.3.8 - анализа ситуации и разработки программы исследований в сфере рекламы и связей с общественностью

**4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

<b>Общая трудоемкость</b>		<b>3 ЗЕТ</b>
Часов по учебному плану	: 108	Виды контроля в семестрах: зачеты 1
в том числе	:	
аудиторные занятия	: 28	
самостоятельная работа	: 77,1	
:	:	
контактная работа:	30,9	
ИКР:	0	

**5. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Литература
	<b>Раздел 1. Концепция и стратегии продвижения бренда</b>			
1.1	Концепция и стратегия продвижения бренда /Лек/	1	4	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1Л3.1 Л3.2 Э1
1.2	Концепция и стратегия продвижения бренда /Пр/	1	4	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1Л3.1 Л3.2 Э1



1.3	Концепция и стратегия продвижения бренда /Ср/	1	16	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1Л3.1 Л3.2 Э1
<b>Раздел 2. Анализ позиции бренда в рыночной ситуации</b>				
2.1	Анализ позиции бренда в рыночной ситуации /Лек/	1	2	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1Л3.1 Л3.2 Э1
2.2	Анализ позиции бренда в рыночной ситуации /Пр/	1	2	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1Л3.1 Л3.2 Э1
2.3	Анализ позиции бренда в рыночной ситуации /Ср/	1	18	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1Л3.1 Л3.2 Э1
<b>Раздел 3. Интегрированный брендинг</b>				
3.1	Интегрированный брендинг /Лек/	1	2	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1Л3.1 Л3.2 Э1
3.2	Интегрированный брендинг /Пр/	1	2	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1Л3.1 Л3.2 Э1
3.3	Интегрированный брендинг /Ср/	1	12	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1Л3.1 Л3.2 Э1
<b>Раздел 4. Стратегические направления продвижения бренда в социальных сетях</b>				
4.1	Стратегические направления продвижения бренда в социальных сетях /Лек/	1	2	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1Л3.1 Л3.2 Э1
4.2	Стратегические направления продвижения бренда в социальных сетях /Пр/	1	2	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1Л3.1 Л3.2 Э1
4.3	Стратегические направления продвижения бренда в социальных сетях /Ср/	1	12	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1Л3.1 Л3.2 Э1
<b>Раздел 5. Потребительское поведение – лояльность бренду</b>				
5.1	Развитие лояльности бренду: тактики /Лек/	1	2	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1Л3.1 Л3.2 Э1
5.2	Развитие лояльности бренду: тактики /Пр/	1	2	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1Л3.1 Л3.2 Э1
5.3	Развитие лояльности бренду: тактики /Ср/	1	14	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1Л3.1 Л3.2 Э1



<b>Раздел 6. Практический бренд-менеджмент предприятия сетевого-бизнеса</b>				
6.1	Практический бренд-менеджмент /Лек/	1	2	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1Л3.1 Л3.2 Э1
6.2	Практический бренд-менеджмент /Пр/	1	2	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1Л3.1 Л3.2 Э1
6.3	Практический бренд-менеджмент /Ср/	1	5,1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1Л3.1 Л3.2 Э1
<b>Раздел 7. Индивидуальные консультации, текущий контроль</b>				
7.1	Индивидуальные консультации, текущий контроль /ИКР/	1	2,9	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1Л3.1 Л3.2 Э1

## 6. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

### 6.1. Перечень видов оценочных средств

Творческие задания  
Вопросы к зачету

### 6.2. Типовые контрольные задания и иные материалы для текущей аттестации

Творческие задания:

1. Составить конспект на тему "Брендинг"

(История бренда; Основные понятия: товарный знак, торговая марка, бренд; Основные характеристики бренда. Классификация брендов. Имидж. Репутация. Бренд - ориентированный маркетинг: коммуникационная концепция маркетинга).

2. Составить конспект на тему "Сбор информации для технологии продвижения в социальных сетях"  
(Индивидуальность бренда. Технологии создания и развития торговой марки. Креатив в брендинге. Модели разработки бренда).

3. Составить конспект на тему "Анализ позиции бренда в рыночной ситуации"  
(Концепция позиционирования бренда. Ценности потребителей и ценности бренда. Стратегии позиционирования. Корпоративные торговые марки. Социальная реклама и социально-ориентированный брендинг).

### 6.3. Типовые контрольные вопросы и задания для промежуточной аттестации

Вопросы к зачету

1. Основные понятия: товарный знак, торговая марка, бренд.
2. Основные характеристики бренда. Классификация брендов. Имидж. Репутация.
3. Бренд-ориентированный маркетинг: коммуникационная концепция маркетинга.
4. Структура марочной идентичности.
5. Модели разработки бренда.
6. Концепции брендинга (традиционный, управление активами торговой марки, эмпирический, бренд-билдинг и др.).
7. Управление брендом.
8. Концепция позиционирования бренда.
9. Ценности потребителей и ценности бренда.
10. Социальная реклама и социально-ориентированный брендинг.
11. Конкурентные преимущества бренда.
12. Модель интегрированного брендинга.
13. Формирование бренд-команды.



14. Аудит бренд-среды.  
15. Исследование потребительских предпочтений.

#### 6.4. Критерии оценивания

Зачет проводится в один этап. Студент письменно отвечает на теоретический вопрос. Продолжительность – 40 минут.

Во время текущей аттестации студент может получить до 60 баллов (посещение занятий, активность во время практических занятий, выполнение заданий). Если студент не набрал 30 баллов за время семестра, то ему предоставляется возможность перед экзаменом предоставить выполненные работы и ответить на вопросы пропущенных занятий.

На экзамене студент может получить всего максимально 40 баллов.

При подведении итогов учитываются результаты текущей аттестации. Полученные за текущую аттестацию баллы суммируются с баллами, полученными за каждый этап при прохождении промежуточной аттестации:

0-49 баллов – «неудовлетворительно» (2): низкий уровень сформированности компетенций;

50-69 баллов – «удовлетворительно» (3): базовый уровень сформированности компетенций;

70-90 баллов – «хорошо» (4): средний уровень сформированности компетенций;

91-100 баллов – «отлично» (5) : высокий уровень сформированности компетенций.

Особенности проведения процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья:

Итоговый экзамен (промежуточная аттестация) проводится в присутствии преподавателя и предполагает развернутый, полный ответ на теоретический вопрос, а затем работу за персональным компьютером. Вопросы составляются с учётом материала, пройденного как на лекционных занятиях, так и на практических занятиях. Время, отводимое на выполнение итоговой работы, 90 минут.

Оценочные средства для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья выбираются с учетом их индивидуальных психофизических особенностей.

□ При необходимости инвалидам и лицам с ограниченными возможностями здоровья предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на экзамене.

□ При проведении процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предусматривается использование технических средств, необходимых им в связи с их индивидуальными особенностями. Эти средства могут быть предоставлены ЧелГУ или могут использоваться собственные технические средства.

Процедура оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по дисциплине (модулю) предусматривает предоставление информации в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

- в печатной форме увеличенным шрифтом,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями слуха:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

При проведении процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по дисциплине (модулю) обеспечивается выполнение следующих дополнительных требований в зависимости от индивидуальных особенностей обучающихся:

а) инструкция по порядку проведения процедуры оценивания предоставляется в доступной форме (устно, в письменной форме);

б) доступная форма предоставления заданий оценочных средств (в печатной форме, в печатной форме увеличенным шрифтом, в форме электронного документа, задания зачитываются ассистентом);

в) доступная форма предоставления ответов на задания (письменно на бумаге, набор ответов на компьютере, с



использованием услуг ассистента, устно; используется голосовой мессенджер для записи ответа студента). При необходимости для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов процедура оценивания результатов обучения по дисциплине может проводиться в несколько этапов. Проведение процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.

Уровни сформированности компетенций определяются следующим образом:

1. Высокий уровень сформированности компетенций соответствует оценке «отлично»/«зачтено»:
  - предполагает готовность применять полученные знания в ситуациях, связанных с содержанием дисциплины;
  - обучающийся способен аргументировать собственную точку зрения при постановке профессиональных задач;
  - обучающийся демонстрирует способность вычленять заданный компонент проблем и задач, опираясь на самостоятельно проведенный поиск информации.
2. Средний уровень соответствует оценке «хорошо»/«зачтено»:
  - обучающийся освоил знания, связанные с содержанием дисциплины;
  - обучающийся способен аргументировать собственную точку зрения при постановке профессиональных задач;
  - обучающийся демонстрирует способность вычленять заданный компонент проблем и задач, хотя и может затрудниться в самостоятельном поиске информации.
3. Базовый уровень соответствует оценке «удовлетворительно»/«зачтено»:
  - обучающийся способен аргументировать собственную точку зрения при постановке профессиональных задач, но такая аргументация отличается] неполнотой и может быть затруднена;
  - обучающийся демонстрирует способность вычленять заданный компонент проблем и задач, но не может дать развернутое обоснование этого компонента; поиск информации проводит поверхностно.
4. Низкий уровень соответствует оценке «неудовлетворительно»/«не зачтено»; компетенции не сформированы и не проявлены.

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

### 7.1. Рекомендуемая литература

#### 7.1.1. Основная литература

	Авторы,	Заглавие	Издательство,	Ресурс
ЛП.1	Егоров Ю.Н.	Управление маркетингом: учебник ( <a href="https://znanium.com/catalog/document?id=351756">https://znanium.com/catalog/document?id=351756</a> )	Москва : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2020	ЭБС
ЛП.2	Казакова Н.А.	Маркетинговый анализ: учебное пособие ( <a href="https://znanium.com/catalog/document?id=417704">https://znanium.com/catalog/document?id=417704</a> )	Москва : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2023	ЭБС
ЛП.3	Захарова И.В.	Маркетинг: учебное пособие ( <a href="https://book.ru/book/947117">https://book.ru/book/947117</a> )	Москва : КноРус, 2023	ЭБС
ЛП.4	Твердохлебова М.Д.	Интернет-маркетинг: учебник ( <a href="https://book.ru/book/947409">https://book.ru/book/947409</a> )	Москва : КноРус, 2023	ЭБС

#### 7.1.2. Дополнительная литература

	Авторы,	Заглавие	Издательство,	Ресурс
--	---------	----------	---------------	--------



	Авторы,	Заглавие	Издательство,	Ресурс
Л2.1	Христофоров А.В., Христофорова И.В., Подрезов А.А., Музлев С.В., Семёнова Е.И., Орлова Е.А., Суглобов А.Е., Макеева Д.Р., Овсийчук В.Я., Банк О.А., Банк С.В.	Маркетинговые коммуникации в сфере услуг: специфика применения и инновационные подходы: монография ( <a href="https://znanium.com/catalog/document?id=346518">https://znanium.com/catalog/document?id=346518</a> )	Москва : Издательский Центр РИОР, 2020	ЭБС

### 7.1.3. Методические разработки

	Авторы,	Заглавие	Издательство,	Ресурс
Л3.1	Реброва Н. П.	Территориальный маркетинг: учебное пособие ( <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=494923">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=494923</a> )	Москва : Прометей, 2018	ЭБС
Л3.2	Морозов Ю. В., Гришина В.Т.	Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: учебник ( <a href="https://znanium.com/catalog/document?id=114966">https://znanium.com/catalog/document?id=114966</a> )	Москва : Дашков и К, 2018	ЭБС

### 7.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

Э1	1. Лань [Электронный ресурс] : электронно-библиотечная система (ЭБС) / издательство Лань. – URL: <a href="http://e.lanbook.com/">http://e.lanbook.com/</a> . 2. Университетская библиотека онлайн [Электронный ресурс] : электронно-библиотечная система (ЭБС) / ООО ДиректмедиаПаблицинг. – URL: <a href="http://biblioclub.ru/">http://biblioclub.ru/</a> . 3. Юрайт [Электронный ресурс]: электронно-библиотечная система (ЭБС) / издательство Юрайт. – URL: <a href="https://biblio-online.ru">https://biblio-online.ru</a> . 4. Znanium.com [Электронный ресурс] : электронно-библиотечная система (ЭБС) / Научно-издательский центр ИНФРА-М. – URL: <a href="http://znanium.com/">http://znanium.com/</a> . 5. BOOK.ru [Электронный ресурс] : электронно-библиотечная система (ЭБС) / издательство КноРус. – URL: <a href="https://www.book.ru/">https://www.book.ru/</a> . 6. eLIBRARY.RU [Электронный ресурс] : электронная библиотека / Науч. электрон.б-ка. – URL: <a href="http://elibrary.ru/defaultx.asp">http://elibrary.ru/defaultx.asp</a> .
----	---

### 7.3 Перечень информационных технологий

#### 7.3.1 Программное обеспечение

Adobe Connect Acrobat

LMS Moodle

Adobe Reader

#### 7.3.2 Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы

- eLIBRARY.RU : научная электронная библиотека : сайт. – Москва, 2000 – . – URL: <https://elibrary.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.
- APS JOURNALS. Physical Review Letters, Physical Review X, Physical Review, and Reviews of Modern Physics : журналы American Physical Society : сайт. – URL: <http://journals.aps.org/about>. – Яз. англ. – Режим доступа: только из сети университета. – Текст : электронный.
- BOOK.ru : электронно-библиотечная система / издательство КноРус. – URL: <http://www.book.ru/extsearch?Name>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей ЧелГУ. – Текст : электронный.
- Mathematical Reviews (MR) : реферативная база данных / American Mathematical Society. – URL: <http://www.ams.org/mathscinet/>. – Яз. рус., англ. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей ЧелГУ. – Текст : электронный.
- Moodle : система управления обучением : [база данных] / Челябинский государственный университет. – Челябинск, [б. г.]. – URL: <http://moodle.uio.csu.ru/login/index.php>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей ЧелГУ. – Текст : электронный.
- Polpred.com : сайт. – Москва, 1997 – . – URL: <http://polpred.com/>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей ЧелГУ. – Текст : электронный.



Рабочая программа дисциплины "Бренд-менеджмент" по направлению подготовки (специальности) 42.04.01 "Реклама и связи с общественностью" направленности (профилю) Современные медиакоммуникационные стратегии ФГБОУ ВО «ЧелГУ»	стр. 11
7. Scopus : реферативная база данных / Elsevier BV. – URL: <a href="http://www.scopus.com/">http://www.scopus.com/</a> . – Яз. англ. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей ЧелГУ. – Текст : электронный.	
8. Springer Link : [сайт]. – URL: <a href="http://link.springer.com/">http://link.springer.com/</a> . – Яз. англ. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей ЧелГУ. – Текст : электронный.	
9. Web of Science : мультидисциплинарная реферативная база данных / компания Thomson Reuters. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей ЧелГУ. – Текст : электронный.	
10. Znanium.com : электронно-библиотечная система / Научно- издательский центр ИНФРА-М. – Москва, 2011 – . – URL: <a href="http://znanium.com/">http://znanium.com/</a> ). – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей ЧелГУ. – Текст : электронный.	
11. Архив научных журналов : [сайт] / Национальный электронно- информационный консорциум (НП НЭИКОН). – URL: <a href="http://arch.neicon.ru/xmlui/">http://arch.neicon.ru/xmlui/</a> . – Режим доступа: доступ только из сети университета. – Текст : электронный.	
12. Библиографические базы данных ИНИОН РАН. – Текст : электронный // Институт научной информации по общественным наукам (ИНИОН) РАН : сайт. – URL: <a href="http://inion.ru/resources/bazy-dannykh-inion-ran/">http://inion.ru/resources/bazy-dannykh-inion-ran/</a> .	
13. Единое окно доступа к информационным ресурсам : сайт / ФГАУ ГНИИ ИТТ "Информика". – Москва, 2005 – . – URL: <a href="http://window.edu.ru/">http://window.edu.ru/</a> . – Текст : электронный.	
14. ИНФОРМИО : электронный справочник [обеспечение всех типов образовательных учреждений нормативными, методическими, научно- практическими материалами]. – URL: <a href="http://www.informio.ru/">http://www.informio.ru/</a> . – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей ЧелГУ. – Текст : электронный.	
15. Консультант Плюс : справочно-правовая система : база данных / Региональный центр правовой информации Информправо. – Москва, 1992 – . – Режим доступа: из читальных залов библиотеки. – Текст : электронный.	
16. Лань : электронно-библиотечная система / издательство Лань. – Санкт- Петербург, 2011 – . – URL: <a href="http://e.lanbook.com/">http://e.lanbook.com/</a> . – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей ЧелГУ. – Текст : электронный.	
17. Министерство науки и высшего образования Российской Федерации : официальный сайт. – URL: <a href="https://minobrnauki.gov.ru/">https://minobrnauki.gov.ru/</a> . – Текст : электронный.	
18. Министерство просвещения Российской Федерации (Минпросвещения России) // Правительство Российской Федерации : сайт. – URL: <a href="http://government.ru/department/390/events/">http://government.ru/department/390/events/</a> . – Текст : электронный.	
19. Национальная электронная библиотека (НЭБ) : объединенный электронный каталог фондов российских библиотек : сайт. – URL: <a href="http://нэб.рф">http://нэб.рф</a> . – Режим доступа: из читальных залов библиотеки ЧелГУ. – Текст : электронный.	
20. Президентская библиотека : электронная национальная библиотека : сайт / ФГБУ Президентская библиотека имени Б. Н. Ельцина. – Санкт- Петербург, 2009 – . – URL: <a href="https://www.prlib.ru/">https://www.prlib.ru/</a> . – Текст : электронный.	
21. Российское образование : федеральный портал / ФГАУ ГНИИ ИТТ Информика. – Москва, 2002 – . – URL: <a href="http://www.edu.ru/">http://www.edu.ru/</a> . – Текст : электронный.	
22. Статистические издания России и стран СНГ. – Текст : электронный // EastView : база данных. – URL: <a href="http://udbstat.eastview.com/search/simple.jsp?enc=rus">http://udbstat.eastview.com/search/simple.jsp?enc=rus</a> . – Режим доступа: из сети университета.	
23. Университетская библиотека ONLAIN : электронно-библиотечная система / ООО Директмедиа Паблшинг. – Москва, 2010 – . – URL: <a href="http://biblioclub.ru/">http://biblioclub.ru/</a> . – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей ЧелГУ. – Текст : электронный.	
24. Электронный архив журнала «Знак: Проблемное поле медиаобразования». – Челябинск, 2007 – . URL: <a href="http://journals.csu.ru/index.php/znak/index">http://journals.csu.ru/index.php/znak/index</a> . – Текст : электронный.	
25. Федеральная служба по надзору в сфере образования и науки (Рособрнадзор) : официальный сайт. – Москва, 2004 – . – URL: <a href="http://obrnadzor.gov.ru/ru/">http://obrnadzor.gov.ru/ru/</a> . – Текст : электронный.	
26. Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов // Российское образование : федеральный портал. – URL: <a href="http://fcior.edu.ru/">http://fcior.edu.ru/</a> . – Текст : электронный.	

## 8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Освоение дисциплины осуществляется в 3 корпусе ЧелГУ, расположенном по адресу пр. Победы 162 В, в учебной аудитории, рассчитанной на 25 студентов (аудитории 401, 405, 406). Если занятия ведутся для потока студентов, то дисциплина ведется в лекционной аудитории, рассчитанной на 100 студентов (аудитории 402, 403).



МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное  
учреждение высшего образования  
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)

Рабочая программа дисциплины "Бренд-менеджмент" по направлению подготовки (специальности) 42.04.01 "Реклама и связи с общественностью" направленности (профилю) Современные медиакоммуникационные стратегии ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

стр. 12

В целях успешного освоения дисциплины изучения курса осуществляется в учебной аудитории, рассчитанной на 25 студентов (аудитория 401 или 405). Если занятия ведутся для потока студентов, то дисциплина преподается в лекционной аудитории, рассчитанной на 100 студентов (аудитория 402).

Для успешного освоения дисциплины аудитория должна быть оборудована мультимедийным комплексом с возможностью выхода в сеть Интернет и локальную сеть университета (в аудиториях 401 и 402 – через проводное оптоволоконное соединение, в аудитории 405 – через беспроводное соединение посредством Wi-Fi-роутера).

Мультимедийные комплексы включают следующее оборудование:

– аудитория 401: экран для мультимедиа Projecta 200x200, портативный мультимедийный проектор BenQ MP624 (устанавливается по заявке преподавателя), ноутбук AcerTravelmate 5720 G или ноутбук eMachines eME732Z-P622G-32Mikk(устанавливается по заявке преподавателя), колонки портативные GeniusSPM-200 (устанавливаются по заявке преподавателя);

– аудитория 402: экран настенный с электроприводом ELPRO ElectrolStandart 200 2.0\*2.0м., ноутбук AcerTravelmate 5720 G или ноутбук eMachines eME732Z-P622G-32Mikk (устанавливается по заявке преподавателя), стационарный мультимедийный видеопроектор Panasonic PT-LB60NTE LCD,3200 ANSI лм XGA(1024x768), активная акустическая система 5.1 Sven HA-430T (5.1 60W+5x20W,remote control), петличная радиосистема UHF-диапазона 1/2U диверситивная(795.075 MHz) MIPRO MR-801A (устанавливается по заявке преподавателя);

– аудитория 405: ЖК-телевизор 19” Toshiba, ноутбук AcerTravelmate 5720 G или ноутбук eMachines eME732Z-P622G-32Mikk (устанавливается по заявке преподавателя),колонки портативные Genius SP M-200 (устанавливаются по заявке преподавателя);

Для проведения компьютерного тестирования, вебинаров и интерактивных уроков несколько занятий организуются в стационарном(аудитория 401) или мобильном компьютерном классе (организуется в любой аудитории с возможностью беспроводного доступа к сети Интернет с использованием нетбуков). Стационарный компьютерный класс рассчитан на 15 рабочих мест.

Обучение инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с применением следующего специального оборудования:

а) для лиц с нарушением слуха (акустический усилитель и колонки, мультимедийный проектор);

б) для лиц с нарушением зрения (мультимедийный проектор (использование презентаций с укрупненным текстом);

в) для лиц с нарушением опорно-двигательного аппарата (персональные мобильные компьютеры – нетбуки).

Из числа специальных технических средств обучения для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, предоставляемых Региональным учебно-научным центром инклюзивного образования ЧелГУ, можно отметить также:

– Тифлотехническая аудитория: тифлотехнические средства: брайлевский компьютер с дисплеем и принтером, тифлокомплекс «Читающая машина», телевизионное увеличивающее устройство, тифломагнитолы кассетные и цифровые диктофоны; специальное программное обеспечение: программа речевой навигации JAWS, речевые синтезаторы («говорящая мышь»), экранные лупы.

– Сурдотехническая аудитория: радиокласс “Сонет-Р”, программируемые слуховые аппараты индивидуального пользования с устройством задания режима работы на компьютере, интерактивная доска ActiveBoard с системой голосования, акустический усилитель и колонки, мультимедийный проектор, телевизор, видеомагнитофон.

Для самостоятельной работы студентов предусмотрена аудитория, рассчитанная на 15 человек и оборудованная мультимедийным комплексом и выходом в интернет (401).

- помещения для самостоятельной работы с компьютерной техникой и с возможностью подключения в сети Интернет и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации: аудитория 401, 406, 402.

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

При изучении данной дисциплины используются лекционные, практические занятия и самостоятельная работа студента. На лекционных занятиях преподаватель излагает основное содержание тем программы. Проработку лекционного материала студенту желательно проводить как после каждого занятия, так и по завершению темы. Это позволит связать воедино полученные сведения и составить цельную картину.

На практических занятиях рассматриваются основные теоретические аспекты и практические методы риторического воздействия и создания речевого произведения. Рекомендуется перед каждым практическим занятием выполнить домашнее задание, что позволит лучше усвоить предыдущий материал, и изучить лекционный материал по



предстоящей теме. Студенту желательно проявлять активное участие на практических и лекционных занятиях, задавать вопросы, поскольку умение обосновывать свою точку зрения, нахождение компромиссного решения в этически выдержанной дискуссии не только важно для лучшего усвоения материала, но и ценится в реальной жизни. Важным моментом при изучении любой дисциплины является организация самостоятельной работы. При освоении материала не следует стремиться к механическому запоминанию приведенных определений, формулировок и положений, если требования прямо не указывают на это. Вполне эффективной может оказаться попытка понять суть явления, выработать свое отношение к нему, опираясь на материал, содержащийся в рекомендованной литературе. Сказанное особенно эффективно, когда речь идет о таких требованиях, как «понимает» или «имеет представление». Напротив, если студент имеет дело с требованием к деятельности «должен уметь», то рекомендуется поупражняться в соответствующем виде деятельности. Все это имеет непосредственное отношение к подготовке к практическим занятиям.

В освоении дисциплины (модуля) инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья большое значение имеет индивидуальная работа. Под индивидуальной работой подразумевается две формы взаимодействия с преподавателем: индивидуальная учебная работа (консультации), т.е. дополнительное разъяснение учебного материала и углубленное изучение материала с теми обучающимися, которые в этом заинтересованы, и индивидуальная воспитательная работа. Индивидуальные консультации по предмету является важным фактором, способствующим индивидуализации обучения и установлению воспитательного контакта между преподавателем и обучающимся инвалидом или обучающимся с ограниченными возможностями здоровья.

В случае применения при обучении дисциплины электронного обучения, дистанционных образовательных технологий общение обучающихся и преподавателя осуществляется в режиме реального времени, например: онлайн-лекции (вебинары), чаты, видео-конференции и др. или отложенного времени, например: система дистанционного обучения Moodle, форумы, электронная почта и др.

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,



МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное  
учреждение высшего образования  
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)

Рабочая программа дисциплины "Бренд-менеджмент" по направлению подготовки (специальности) 42.04.01  
"Реклама и связи с общественностью" направленности (профилю) Современные медиакоммуникационные  
стратегии ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

стр. 14

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.