

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Шабризова Татьяна Александровна

Должность: Директор Пятигорского института (филиал) Северо-Кавказского
ФЕДЕРАЛЬНОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО АВТОНОМНОГО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ
ФЕДЕРАЛЬНОГО УНИВЕРСИТЕТА

Дата подписания: 18.09.2023 12:36:23

Уникальный программный ключ:

d74ce93cd40e39275c3ba2f58486412a1c8e1967

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
ПЯТИГОРСКИЙ ИНСТИТУТ (ФИЛИАЛ) СКФУ

Методические указания

по организации самостоятельной работы обучающихся
по дисциплине «Управление брендами»
для студентов направления подготовки
38.03.02 Менеджмент
Направленность (профиль):
Управление бизнесом

(ЭЛЕКТРОННЫЙ ДОКУМЕНТ)

Пятигорск
2021

СОДЕРЖАНИЕ**С.**

1	Введение	4
2	Общая характеристика самостоятельной работы	5
3	План-график выполнения самостоятельной работы	5
4	Контрольные точки и виды отчетности по ним	6
5	Методические указания по изучению теоретического материала	6
6	Методические указания по подготовке к зачету	12
7	Список рекомендуемой литературы	14

ВВЕДЕНИЕ

Программа дисциплины «Управление брендами» предназначена для студентов направления подготовки 38.03.02 «Менеджмент».

Цель изучения - изучение теоретических основ и методологического инструментария брендинга товаров и услуг.

Основные задачи: исследование совокупности характеристик продукции воплощенных в образе бренда; анализ концепции позиционирования бренда; диагностика воспринимаемой и поддерживаемой связи между потребителем и брендом; изучение основополагающих принципов формирования образа бренда и его отношений с потребителем.

2. Общая характеристика самостоятельной работы

Самостоятельная работа - планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа студентов, выполняемая во внеаудиторное (аудиторное) время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия (при частичном непосредственном участии преподавателя, оставляющем ведущую роль за работой студентов).

Самостоятельная работа студентов в ВУЗе является важным видом учебной и научной деятельности студента. Самостоятельная работа студентов играет значительную роль в рейтинговой технологии обучения. В связи с этим, обучение в ВУЗе включает в себя две, практически одинаковые по объему и взаимовлиянию части – процесса обучения и процесса самообучения. Поэтому СРС должна стать эффективной и целенаправленной работой студента.

К современному специалисту общество предъявляет достаточно широкий перечень требований, среди которых немаловажное значение имеет наличие у выпускников определенных способностей и умения самостоятельно добывать знания из различных источников, систематизировать полученную информацию, давать оценку конкретной финансовой ситуации. Формирование такого умения происходит в течение всего периода обучения через участие студентов в практических занятиях, выполнение контрольных заданий и тестов, написание курсовых и выпускных квалификационных работ. При этом самостоятельная работа студентов играет решающую роль в ходе всего учебного процесса.

Ведущая цель организации и осуществления СРС должна совпадать с целью обучения студента – подготовкой специалиста и бакалавра с высшим образованием. При организации СРС важным и необходимым условием становятся формирование умения самостоятельной работы для приобретения знаний, навыков и возможности организации учебной и научной деятельности.

Формы самостоятельной работы студентов разнообразны. В соответствии с рабочей программой дисциплины «УПРАВЛЕНИЕ БРЕНДАМИ» предусмотрены следующие виды самостоятельной работы студента:

- самостоятельное изучение литературы;
- самостоятельная подготовка контрольной работы;

Цель самостоятельного изучения литературы – самостоятельное овладение знаниями, опытом исследовательской деятельности.

Задачами самостоятельного изучения литературы являются:

- углубление и расширение теоретических знаний;
- формирование умений использовать нормативную, правовую, справочную документацию и специальную литературу;
- развитие познавательных способностей и активности студентов.

Цель самостоятельной подготовки контрольной работы – самостоятельное изучение вопросов, приобретение опыта исследовательской деятельности, структурирование знаний и краткое их изложение.

Задачами самостоятельного изучения литературы являются:

- углубление и расширение теоретических знаний;
- формирование умений использовать дополнительные источники информации;
- развитие умений к краткому изложению предложенной темы;

Формируемые компетенции:

Индекс	Формулировка:
ПК-1	Способен осуществлять тактическое управление процессами планирования и организации производства
ПК-9	Способен оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес решения

3. План-график выполнения самостоятельной работы

Коды реализуемых компетенций	Вид деятельности студентов	Итоговый продукт самостоятельной работы	Средства и технологии оценки	Объем часов, в том числе (астр)		
				СРС	Контактная работа с преподавателем	Всего
ПК-1, ПК-9	Самостоятельное изучение литературы с 1-9 тему	конспект	собеседование	19,8	2,2	22
ПК-1, ПК-9	Подготовка к практическому занятию (круглому столу)	конспект	собеседование	19,8	2,2	22
ПК-1, ПК-9	Подготовка к тестированию	Тест	Тестирование	9,0	1,0	10
Итого за 5 семестр				48,6	5,4	54
Итого				48,6	5,4	54

4. Контрольные точки и виды отчетности по ним

№ п/п	Вид деятельности студентов	Сроки выполнения	Количество баллов
	Собеседование по темам 1-2	8 неделя	30
	Собеседование по темам 3-5	12 неделя	25
	Итого за 5 семестр		55
	Итого		55

5. Методические указания по изучению теоретического материала

Самостоятельная работа студента начинается с внимательного ознакомления с содержанием учебного курса.

Изучение каждой темы следует начинать с внимательного ознакомления с набором вопросов. Они ориентируют студента, показывают, что он должен знать по данной теме. Вопросы темы как бы накладываются на соответствующую главу избранного учебника или учебного пособия. В итоге должно быть ясным, какие вопросы темы учебного курса и с какой глубиной раскрыты в конкретном учебном материале, а какие вообще опущены. Требуется творческое отношение и к самому содержанию дисциплины.

Вопросы, составляющие ее содержание, обладают разной степенью важности. Есть вопросы, выполняющие функцию логической связки содержания темы и всего курса, имеются вопросы описательного или разъяснительного характера, а также исторического экскурса в область изучаемой дисциплины. Все эти вопросы не составляют сути понятийного, концептуального содержания темы, но необходимы для целостного восприятия изучаемых проблем.

Изучаемая дисциплина имеет свой категориально-понятийный аппарат. Научные понятия — это та база, на которой строится каждая наука. Понятия — узловые, опорные пункты как научного, так и учебного познания, логические ступени движения в учебе от простого к сложному, от явления к сущности. Без ясного понимания понятий учеба крайне затрудняется, а содержание приобретенных знаний становится тусклым, расплывчатым.

Студент должен понимать, что самостоятельное овладение знаниями является главным, определяющим. Высшая школа создает для этого необходимые условия, помогает будущему высококвалифицированному специалисту овладеть технологией самостоятельного производства знаний.

В самостоятельной работе студентам приходится использовать литературу различных видов: первоисточники, монографии, научные сборники, хрестоматии, учебники, учебные пособия, журналы и др. Изучение курса предполагает знакомство студентов с большим объемом научной и учебной литературы, что, в свою очередь, порождает необходимость выработки у них рационально-критического подхода к изучаемым источникам.

Чтобы не «утонуть» в огромном объеме рекомендованных ему для изучения источников, студент, прежде всего, должен научиться правильно их читать. Правильное чтение рекомендованных источников предполагает следование нескольким несложным, но весьма полезным правилам.

Предварительный просмотр книги включает ознакомление с титульным листом книги, аннотацией, предисловием, оглавлением. При ознакомлении с оглавлением необходимо выделить разделы, главы, параграфы, представляющие для вас интерес, бегло их просмотреть, найти места, относящиеся к теме (абзацы, страницы, параграфы), и познакомиться с ними в общих чертах.

Научные издания сопровождаются различными вспомогательными материалами — научным аппаратом, поэтому важно знать, из каких основных элементов он состоит, каковы его функции.

Знакомство с книгой лучше всего начинать с изучения аннотации — краткой характеристики книги, раскрывающей ее содержание, идейную, тематическую и жанровую направленность, сведения об авторе, назначение и другие особенности. Аннотация помогает составить предварительное мнение о книге.

Глубже понять содержание книги позволяют вступительная статья, в которой дается оценка содержания книги, затрагиваемой в ней проблематики, содержится информация о жизненной и творческой биографии автора, высказываются полемические замечания, разъясняются отдельные положения книги, даются комментарии и т.д. Вот почему знакомство с вступительной статьей представляется очень важным: оно помогает студенту сориентироваться в тексте работы, обратить внимание на ее наиболее ценные и важные разделы.

Той же цели содействует знакомство с оглавлением, предисловием, послесловием. Весьма полезными элементами научного аппарата являются сноски, комментарии, таблицы, графики, списки литературы. Они не только иллюстрируют отдельные положения книги или статьи, но и сами по себе являются дополнительным источником информации для читателя.

Если читателя заинтересовала какая-то высказанная автором мысль, не нашедшая подробного освещения в данном источнике, он может обратиться к тексту источника, упоминаемого в сноске, либо к источнику, который он может найти в списке литературы, рекомендованной автором для самостоятельного изучения.

Существует несколько форм ведения записей:

— план (простой и развернутый) — наиболее краткая форма записи прочитанного, представляющая собой перечень вопросов, рассматриваемых в книге или статье.

Развернутый план представляет собой более подробную запись прочитанного, с детализацией отдельных положений и выводов, с выпиской цитат, статистических данных и т.д. Развернутый план — неоценимый помощник при выступлении с докладом на конкретную тему на семинаре, конференции;

— тезисы — кратко сформулированные положения, основные положения книги, статьи. Как правило, тезисы составляются после предварительного знакомства с текстом источника, при его повторном прочтении. Они помогают запомнить и систематизировать информацию.

Составление конспектов

Большую роль в усвоении и повторении пройденного материала играет хороший конспект, содержащий основные идеи прочитанного в учебнике и услышанного в лекции. Конспект — это, по существу, набросок, развернутый план связного рассказа по основным вопросам темы.

В какой-то мере конспект рассчитан (в зависимости от индивидуальных особенностей студента) не только на интеллектуальную и эмоциональную, но и на зрительную память, причем текст конспекта нередко ассоциируется еще и с текстом учебника или записью лекции. Поэтому легче запоминается содержание конспектов, написанных разборчиво, с подчеркиванием или выделением разрядкой ключевых слов и фраз.

Самостоятельно изученные темы предоставляются преподавателю в форме конспекта, по которому происходит собеседование. Теоретические темы курса (отдельные вопросы), выносимые на самостоятельное изучение, представлены ниже.

Выполнение контрольной работы

Итоговый продукт самостоятельной работы: текст контрольной работы.

Средства и технологии оценки: собеседование, доклад.

Контрольная работа — первая ступень на пути освоения навыков проведения научно-исследовательской работы. Реферат является необходимым элементом самостоятельной работы студентов. Прежде чем проводить собственное экспериментальное исследование, необходимо сориентироваться в проблеме и ознакомиться с опубликованными научными данными. Для этого и служит реферат, так как это работа с источниками информации по анализу, сравнению и обобщению данных, полученными другими исследователями по выбранной теме.

Важно, что в процессе написания реферата формируется собственный взгляд на проблему.

Работа акцентирует внимание на новых сведениях и определяет целесообразность обращения к данной теме. Работа должна быть посвящена углубленному анализу одной из

изучаемых тем, причем важно обратить внимание на прикладной аспект выбранной тематики, то есть теоретический материал необходимо подкреплять экспериментальными данными, практическими ситуациями, примерами.

Для написания контрольной работы необходимо использовать материал одного - двух учебников, двух - трех монографий, двух - пяти периодических изданий (журналов, газет). В целом для подготовки реферата должно быть использовано не менее пяти литературных источников.

Содержание работы ни в коем случае не должно воспроизводить или повторять содержание соответствующей лекции или глав учебника, а должно являться их продолжением и развитием. Выбирая тему реферата, исходите из своих личных научных интересов и потребностей, а также из реальных возможностей найти и изучить соответствующую литературу. Поощряются творчество в выборе темы реферата и самостоятельный поиск соответствующей литературы, при этом все же выбранная тема по содержанию не должна выходить за рамки учебного курса. Рефераты по иной тематике не засчитываются.

Контрольная работа предоставляется на практическом занятии в распечатанном виде и прилагается электронная копия в удобном варианте (информация присылается на почту преподавателю, либо на DVD диске).

Критерии оценивания: Оценка «отлично» выставляется студенту, если теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов; исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно излагает материал; свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний; использует в ответе дополнительный материал все предусмотренные программой задания выполнены, качество их выполнения оценено числом баллов, близким к максимальному; анализирует полученные результаты; проявляет самостоятельность при выполнении заданий.

Оценка «хорошо» выставляется студенту, если теоретическое содержание курса освоено полностью, необходимые практические компетенции в основном сформированы, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество их выполнения достаточно высокое. Студент твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос.

Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если теоретическое содержание курса освоено частично, но пробелы не носят существенного характера, большинство предусмотренных программой заданий выполнено, но в них имеются ошибки, при ответе на поставленный вопрос студент допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, наблюдаются нарушения логической последовательности в изложении программного материала.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если он не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы, необходимые практические компетенции не сформированы, большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий не выполнено, качество их выполнения оценено числом баллов, близким к минимальному.

Основанием для снижения оценки являются:

- слабое знание темы и основной терминологии; пассивность участия в групповой работе;
- отсутствие умения применить теоретические знания для решения практических задач;
- несвоевременность предоставления выполненных работ.

Текущая аттестация проводится в форме собеседования.

Примерная тематика контрольных работ

1. Марочный капитал компании.
2. Марочная политика компании.
3. Репутация компании: сущность и принципы формирования
4. Система управления развитием марочного капитала
5. Принципы и методы позиционирования торговой марки.
6. Нейминг: принципы и методы.
7. Роль упаковки в брендинге
8. Особенности продвижения национальных брендов
9. Брендинг в территориальном маркетинге
10. Параметры оценки национальных брендов
11. Тенденции в развитии брендов на рынке РФ.
12. Тенденции в развитии мирового рынка рекламы: особенности брендинга.
13. Ключевые принципы конкурентоспособного брендинга
14. Брендинг инноваций
15. Капитал бренда и ценовые войны
16. Маркетинговые стереотипы и брендбилдинг
17. Стереотипы потребителей и брендбилдинг
18. Глобализация торговой марки при помощи марочного капитала
19. Особенности продвижения бренда в системе партизанского маркетинга
20. Формирование лояльности к бренду: принципы и методы.
21. Сущность брендинга.
22. Сущность торговой марки.
23. Различия между товарным знаком и брендом.
24. Капитал бренда: сущность и методы расчета
25. Стоимость бренда: сущность и методы расчета.
26. Расчет ROBI 8 (Return on Brand Investment) и НВИМ 8 (Нормы возврата инвестиций в торговую марку).
27. Атрибуты бренда
28. Модели бренда.
29. Краткосрочные бренды как альтернатива долгосрочным.
30. Классификации брендов.
31. Оценка коммерческого потенциала бренда.
32. Ребрендинг: задачи, принципы, методы
33. Этапы брендбилдинга.
34. Архитектура брендов.
35. Оценка стоимости бренда.
36. Особенности технологий брендинга на региональном рынке.
37. Методы тестирования имени бренда.
38. Фокус-группы и их применение в тестировании концепции брендинга.
39. Общие подходы к постановке целей и задач в маркетинговых коммуникациях.
40. Сущность стратегической дифференциации. Методы достижения конкурентных преимуществ с помощью стратегической дифференциации.

Теоретический материал

- Тема 1. Мир Брендов как концепция постиндустриального общества
- Тема 2. Бренд-билдинг - разработка бренда
- Тема 3. Люди и бренды - знакомство с исполнителями и потребителями
- Тема 4. Brand-development (Развитие бренда)
- Тема 5. Исследования бренда
- Тема 6. Стратегическое планирование коммуникаций бренда
- Тема 7. Планирование эффективных бренд-коммуникаций
- Тема 8 Контроль компании по формированию бренда и оценка ее эффективности

6. Методические указания по подготовке к зачету

Процедура зачета как отдельное контрольное мероприятие не проводится, оценивание знаний обучающегося происходит по результатам текущего контроля.

Зачет выставляется по результатам работы в семестре.

ВОПРОСЫ ДЛЯ СОБЕСЕДОВАНИЯ

по дисциплине **Управление брендами**

1. Бренд - ориентированный маркетинг как коммуникационная концепция маркетинга
2. Модель интегрированного брендинга (ИБ). Преимущества ИБ на рынке.
3. Позиционирование бренда: сущность, задачи, методы
4. Креативная концепция бренда: структура и задачи.
5. Марочный капитал компании.
6. Марочная политика компании.
7. Репутация компании: сущность и принципы формирования
8. Система управления развитием марочного капитала
9. Принципы и методы позиционирования торговой марки.
10. Нейминг: принципы и методы.
11. Роль упаковки в брендинге
12. Особенности продвижения национальных брендов
13. Брендирование в территориальном маркетинге
14. Параметры оценки национальных брендов
15. Тенденции в развитии брендов на рынке РФ.
16. Тенденции в развитии мирового рынка рекламы: особенности брендирования.
17. Ключевые принципы конкурентоспособного брендинга
18. Брендирование инноваций
19. Капитал бренда и ценовые войны
20. Маркетинговые стереотипы и брендбилдинг
21. Стереотипы потребителей и брендбилдинг
22. Глобализация торговой марки при помощи марочного капитала
23. Особенности продвижения бренда в системе партизанского маркетинга
24. Формирование лояльности к бренду: принципы и методы.
25. Сущность брендинга.
26. Сущность торговой марки.
27. Различия между товарным знаком и брендом.
28. Капитал бренда: сущность и методы расчета
29. Стоимость бренда: сущность и методы расчета.
30. Расчет ROBI 8 (Return on Brand Investment) и НВИМ 8 (Нормы возврата инвестиций в торговую марку).
31. Атрибуты бренда
32. Модели бренда.
33. Краткосрочные бренды как альтернатива долгосрочным.
34. Классификации брендов.
35. Оценка коммерческого потенциала бренда.
36. Ребрендинг: задачи, принципы, методы
37. Этапы брендбилдинга.
38. Архитектура брендов.
39. Оценка стоимости бренда.
40. Особенности технологий брендинга на региональном рынке.
41. Методы тестирования имени бренда.
42. Фокус-группы и их применение в тестировании концепции брендинга.
43. Общие подходы к постановке целей и задач в маркетинговых коммуникациях.
44. Сущность стратегической дифференциации. Методы достижения конкурентных преимуществ с помощью стратегической дифференциации.
45. Бюджет медиа-плана по продвижению бренда
46. Сенсорный брендинг: задачи и принципы
47. Бренд-бук как инструмент идентификации бренда
48. Западная и восточная (азиатская) модели бренда.

49. Правовые основы брендинга: законы об охране торговых марок (Англия, Евросоюз, США, Россия), регистрация товарного знака.
50. Роль бренда в культуре и политике

7. РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

Основная литература:

1. Формирование бренда предприятия : учебное пособие / О. В. Бондарская, Т. А. Бондарская, Р. Г. Гучетль, Л. Г. Попова ; Тамбовский государственный технический университет. – Тамбов : Тамбовский государственный технический университет (ТГТУ), 2017. – 214 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=499002> (дата обращения: 28.05.2021). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-8265-1704-8. – Текст : электронный.

Дополнительная литература:

1. МакДональд, М. Брендинг. Как создать мощный бренд : учебник / М. МакДональд, Л. Чернатони. – Москва : Юнити, 2015. – 559 с. – (Зарубежный учебник). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=436697> (дата обращения: 28.05.2021). – ISBN 5-238-00894-5. – Текст : электронный.

Интернет-ресурсы:

- 1 [http:// www.rbk.ru](http://www.rbk.ru) (Сайт информационно-аналитической компании «РосБизнесКонсалтинг»).
- 2 [http:// www.edu.ru](http://www.edu.ru) (Сайт федерального портала «Российское образование»).
- 3 <http://www.eur.ru> - научно-образовательный портал «Экономика и управление на предприятиях»
- 4 <http://www.aup.ru> - административно-управленческий портал
- 5 <http://eog.edu.ru> «Сайт федерального центра информационных образовательных ресурсов»
- 6 <http://www.iprbookshop.ru> (Электронная библиотечная система)
- 7 <http://biblioclub.ru> (Электронная библиотечная система)