

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Смирнов Дмитрий Александрович
Должность: директор Юридического института
Дата подписания: 15.06.2026 10:07:14
Уникальный программный ключ:
9b20b9de2b80ed5232cec32f2c1771c09e230985

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ
Директор юридического института
д-р юрид. наук, профессор
Д.А. Смирнов

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
ТЕХНОЛОГИИ ПРОДВИЖЕНИЯ БРЕНДА В ЦИФРОВОЙ СРЕДЕ

Направление подготовки	40.03.01 Юриспруденция
Направленность(профиль)	Гражданско-правовой
Год начала обучения	2026
Форма обучения	очная
Реализуется в семестре	2

Разработано
доцент департамента
медиакоммуникаций высшей
школы креативных индустрий
канд. полит. наук
Заможных Е.А.

Ставрополь, 2026

1. Цель и задачи освоения дисциплины

Цель освоения дисциплины – изучение технологий продвижения бренда в цифровой среде для обеспечения систематической и планомерной работы менеджмента компании с такими компонентами системы СМИ как новые медиа.

Задачи освоения дисциплины:

- изучение истории использования бренда, основных тенденций и типов брендинга;
- особенностей процесса создания бренда;
- формирование навыков проектирования брендов;
- формирование умений управления методиками построения бренда;
- обладание навыками продвижения бренда в цифровой среде;
- обладание навыками использования некоторого минимума практических приемов работы с группой (командой, подразделением).

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Технологии продвижения бренда в цифровой среде» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений и является дисциплиной по выбору. Ее освоение происходит во 2 семестре на очной и очно-заочной формах и в 1 семестре – на заочной форме обучения.

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесённых с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код, формулировка компетенции	Код, формулировка индикатора	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), характеризующие этапы формирования компетенций, индикаторов
УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	ИД-1 УК-3 участвует в межличностном и групповом взаимодействии, используя инклюзивный подход, эффективную коммуникацию, методы командообразования и командного взаимодействия при совместной работе в рамках поставленной задачи;	Осуществляет эффективную коммуникацию в цифровой среде и реализует свою роль в команде в работе над проектами, используя в том числе инклюзивный подход.
	ИД-2 УК-3 обеспечивает работу команды для получения оптимальных результатов совместной работы, с учетом индивидуальных возможностей её членов, использования методологии достижения успеха, методов, информационных технологий и технологий форсайта;	Оценивает эффективность и результаты работы в команде на основе знания общих методов организации социального взаимодействия, в том числе информационных технологий и технологий форсайта
	ИД-3 УК-3 обеспечивает выполнение поставленных задач на основе мониторинга командной работы и своевременного реагирования на существенные	Организует, руководит командной работой и принимает управленческие решения в рамках проекта на всех этапах его жизненного

	отклонения.	цикла
УК-2 способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	ИД-1 УК-2 формулирует цель проекта, определяет совокупность взаимосвязанных задач, обеспечивающих ее достижение и определяет ожидаемые результаты решения задач;	Определяет цели и задачи проекта, а также прогнозирует результаты поставленных задач
	ИД-2 УК-2 разрабатывает план действий для решения задач проекта, выбирая оптимальный способ их решения, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений;	Разрабатывает стратегию выполнения проекта, исходя из поставленных целей и действующих правовых норм и ограничений
	ИД-3 УК-2 обеспечивает выполнение проекта в соответствии с установленными целями, сроками и затратами, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений, в том числе с использованием цифровых инструментов.	Выполняет проект исходя из поставленных целей и сроков с использованием цифровых инструментов.

4. Объем учебной дисциплины и формы контроля

Объем занятий: всего: 3 з.е. 108 акад.ч.	ОФО, в акад. часах	ЗФО, в акад. часах	ОЗФО, в акад. часах
Контактная работа:	48		
Лекции/из них практическая подготовка	16/-		
Лабораторных работ/из них практическая подготовка	-		
Практических занятий/из них практическая подготовка	32/-		
Самостоятельная работа	60		
Формы контроля			
Экзамен	-		
Зачет	+		
Зачет с оценкой	-		
Курсовая работа	нет		

* Дисциплина предусматривает применение электронного обучения, дистанционных образовательных технологий *(если иное не установлено образовательным стандартом)*

5. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием количества часов и видов занятий

[illegible]

	брендов. Регистрация товарных знаков в РФ. Защита бренда. Виды фальсификации товары (по М.А. Николаевой). Подделка текстовых элементов бренда (по В. Ускову). Правовая охрана бренда в цифровой среде.	ИД-3 УК-3												
6	Цифровая среда: понятия, содержание. Введение в Digital-маркетинг. Сущность и основные определения цифрового маркетинга. Характеристика сети Интернет как сферы рыночных отношений. Основные категории электронного рынка по взаимодействию субъектов рыночных отношений в Интернет.	УК-2 ИД-1 УК-2 ИД-2 УК-2 ИД-3 УК-2 УК-3 ИД-1 УК-3 ИД-2 УК-3 ИД-3 УК-3		2		4								Групповые творческие задания
7	Современные технологии цифрового маркетинга: классификация, виды и условия применения. Классификация технологий цифрового маркетинга.	УК-2 ИД-1 УК-2 ИД-2 УК-2 ИД-3 УК-2 УК-3 ИД-1 УК-3 ИД-2 УК-3 ИД-3 УК-3	2	2		4								Тест

	Поисковой маркетинг: понятие, преимущества, недостатки, цели применения. Таргетированная реклама: понятие, преимущества, недостатки и цели применения в маркетинговой деятельности.													
8	Современные технологии цифрового маркетинга: классификация, виды и условия применения. Контекстная реклама: понятия, преимущества. Мобильный маркетинг: определение, цели. Геймификация как перспективное направление цифрового маркетинга.	УК-2 ИД-1 УК-2 ИД-2 УК-2 ИД-3 УК-2 УК-3 ИД-1 УК-3 ИД-2 УК-3 ИД-3 УК-3		2		4								Собеседование
9	Позиционирование бренда в цифровой среде. Виды позиционирования. Сегментация целевых аудиторий. Описание потребителей (профиль, инсайты, customer journey map). Стратегии позиционирования.	УК-2 ИД-1 УК-2 ИД-2 УК-2 ИД-3 УК-2 УК-3 ИД-1 УК-3 ИД-2 УК-3 ИД-3 УК-3	2	2		4								Групповые творческие задания
10	Планирование эффективных бренд-	УК-2 ИД-1 УК-2 ИД-2 УК-2		2		4								Групповые творческие задания

[illegible]

	бренда, лицензирование бренда. Ребрендинг. Нейминг.													
13	Стратегии брендинга. Бренд-стратегия: понятие и этапы разработки. Продвижение торговой марки за счёт спонсорства. Сенсорный брендинг. Марочные стратегии. Стратегии марки «7P». Стратегия управления активами торговой марки. Стратегия «эмпирического маркетинга».	УК-2 ИД-1 УК-2 ИД-2 УК-2 ИД-3 УК-2 УК-3 ИД-1 УК-3 ИД-2 УК-3 ИД-3 УК-3	2	2		4								Собеседование
14	Этапы реализации коммуникационной стратегии брендов в цифровой среде. Анализ текущей ситуации. Постановка целей и задач рекламной кампании. Определение целевой аудитории. Определение набора инструментов и каналов коммуникации в сети Интернет Позиционирование бренда. Расчет эффективности.	УК-2 ИД-1 УК-2 ИД-2 УК-2 ИД-3 УК-2 УК-3 ИД-1 УК-3 ИД-2 УК-3 ИД-3 УК-3		2		4								Тест
15	Контроль кампании по продвижению бренда и оценка ее эффективности.	УК-2 ИД-1 УК-2 ИД-2 УК-2 ИД-3 УК-2 УК-3	2	2		2								Групповые творческие задания

	Показатели эффективности цифрового маркетинга. Показатели эффективности интернет- рекламы. Виды рисков в цифровом маркетинге.	ИД-1 УК-3 ИД-2 УК-3 ИД-3 УК-3												
16	Международный аспект процесса глобализации брендов. Современные тенденции в маркетинговых коммуникациях: глобальный и российский охват. Потребность в глобальных марках. История использования товарных знаков в США и Европе. Глобализация брендов в цифровой среде.	УК-2 ИД-1 УК-2 ИД-2 УК-2 ИД-3 УК-2 УК-3 ИД-1 УК-3 ИД-2 УК-3 ИД-3 УК-3		2		2								Собеседование
	ИТОГО		16	32		60								

6. Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю)

Фонд оценочных средств (ФОС) по дисциплине «Технологии продвижения бренда в цифровой среде» базируется на перечне осваиваемых компетенций с указанием индикаторов. ФОС обеспечивает объективный контроль достижения запланированных результатов обучения. ФОС включает в себя:

- описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания;
- методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций (включаются в методические указания по тем видам работ, которые предусмотрены учебным планом и предусматривают оценку сформированности компетенций);
- типовые оценочные средства, необходимые для оценки знаний, умений и уровня сформированности компетенций.

ФОС является приложением к данной программе дисциплины.

7. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Приступая к работе, каждый обучающийся должен принимать во внимание следующие положения.

Дисциплина (модуль) построена по тематическому принципу, каждая тема представляет собой логически завершённый раздел.

Лекционный материал посвящён рассмотрению ключевых, базовых положений дисциплины (модуля) и разъяснению учебных заданий, выносимых на самостоятельную работу обучающихся.

Практические занятия проводятся с целью закрепления усвоенной информации, приобретения навыков ее применения при решении практических задач в соответствующей предметной области.

Самостоятельная работа обучающихся направлена на самостоятельное изучение дополнительного материала, подготовку к практическим и лабораторным занятиям, а также выполнения всех видов самостоятельной работы.

Для успешного освоения дисциплины, необходимо выполнить все виды самостоятельной работы, используя рекомендуемые источники информации.

8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

8.1. Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

8.1.1. Перечень основной литературы:

1. Алашкин, П. А. Всё о рекламе и продвижении в Интернете / П. А. Алашкин ; под редакцией П. Суворовой. — Москва : Альпина Паблишер, 2022. — 220 с. — ISBN 978-5-9614-1055-6. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/86863.html>
2. Евстафьев В.А. Креатив в рекламе : учебник для вузов / Евстафьев В.А., Абаев А.Л., Тюков М.А.. — 2-е изд. — Москва : Дашков и К, 2024. — 390 с. — ISBN 978-5-394-05790-8. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/136475.html>

8.1.2. Перечень дополнительной литературы:

- 1 Антонова, Н. В. Восприятие брендов и стратегии потребительского поведения / Н. В. Антонова, О. И. Патоша. — 2-е изд. — Москва : Издательский дом Высшей школы экономики, 2018. — 209 с. — ISBN 978-5-7598-1676-8. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/89566.html>

2 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> – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-8265-1704-8. – Текст : электронный.

3. Цветкова, Г. С. Рекламный менеджмент : учебное пособие : [16+] / Г. С. Цветкова ; Министерство науки и высшего образования Российской Федерации, Поволжский государственный технологический университет. – Йошкар-Ола : Поволжский государственный технологический университет, 2018. – 108 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=494305> – Библиогр.: с. 99-101. – ISBN 978-5-8158-1998-6. – Текст : электронный.

4. Шарков, Ф. И. Константы гудвилла: стиль, паблисити, репутация, имидж и бренд фирмы : учебное пособие / Ф. И. Шарков. – 5-е изд., стер. – Москва : Дашков и К° : Альтехсофт «Издательство Шаркова», 2020. – 272 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684227> – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-03640-8. – Текст : электронный.

8.2. Перечень учебно-методического обеспечения самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

1.Заможных Е.А. Технологии продвижения бренда в цифровой среде : методические рекомендации по проведению практических занятий / Е.А. Заможных. – Ставрополь : СКФУ, 2026.

2.Заможных Е.А. Технологии продвижения бренда в цифровой среде : методические рекомендации по проведению самостоятельной работы / Е.А. Заможных. – Ставрополь : СКФУ, 2026.

8.3. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)

1. Справочная правовая система «Консультант плюс» <https://www.consultant.ru/>
2. ЭБС «Университетская библиотека онлайн». <http://biblioclub.ru>
3. Электронно-библиотечная система IPRsmart . <https://www.iprbookshop.ru/>
4. Российская государственная библиотека <https://www.rsl.ru/>
5. Электронно-библиотечная система «Знаниум»: <https://znanium.com/>
6. Электронно-библиотечная система «Лань» <https://e.lanbook.com/>
7. Электронно-библиотечная система «Консультант студента» <https://www.studentlibrary.ru/>
8. Электронно-библиотечная система «Национальный цифровой ресурс «Руконт» <https://lib.rucont.ru/>
9. Библиотека профессионала №1 <https://profspo.ru/>
10. Русский язык как иностранный РКИ <https://www.ros-edu.ru/>

9. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

При чтении лекций используется компьютерная техника, демонстрации презентационных мультимедийных материалов.

На практических занятиях обучающихся представляют презентации, подготовленные ими в часы самостоятельной работы.

Информационные справочные системы:

Информационно-справочные и информационно-правовые системы, используемые при изучении дисциплины:

1. Справочная правовая система «Консультант плюс» // www.consultant.ru (Договор № Д2022-1/29.00 от 10.01.2022 г. об информационной поддержке с дальнейшей ежегодной пролонгацией на прежних условиях).

2. ЭБС «Университетская библиотека онлайн». Лицензионный договор № 855-25 на предоставление доступа к ЭБС «Университетская библиотека онлайн» от 27.06.2025 г. Организация: ООО «Директ-Медиа». Срок действия: с 28.05.2025 г. по 27.05.2026 г.

3. Электронно-библиотечная система IPRsmart Лицензионный договор № 12783/25П/К/РКИ от 20.05.2025 г. на предоставление доступа к электронно-библиотечной системе IPRbooks. Организация: ООО Компания «Ай Пи Ар Медиа». Срок действия: с 06.06.2025 г. на 12 календарных месяцев.

4. Российская государственная библиотека Договор №769-25 от 17.06.2025 г. о создании виртуального читального зала РГБ. Организация: ФГБУ «Российская государственная библиотека». Срок действия: с 17.06.2025г. (двенадцать календарных месяцев)

5. Электронно-библиотечная система «Знаниум»: Договор № 768-25-эбс от 17.06.2025. Организация: «ООО Знаниум». Срок действия: с 30.05.2025 г. до 29.05.2026 г.

6. Электронно-библиотечная система «Лань» Лицензионный договор №143-25 на предоставление права использования программного обеспечения от 11.02.2025 г. Организация: ООО «Лань». Срок действия: с 14.02.2025 г. (двенадцать календарных месяцев)

7. Электронно-библиотечная система «Консультант студента» Лицензионный договор №91КС/04-2025 от 20.05.2025. Срок действия: с 20.06.2025 по 19.06.2026 г.

8. Электронно-библиотечная система «Национальный цифровой ресурс «Рукопт»». Договор № 800-25 от 20.06.2025. Организация: «ЦКБ БИБКОМ». Срок действия: с 30.05.2025 по 29.05.2026.

Перечень программного обеспечения

1. Альт Рабочая станция 10;
2. Альт Рабочая станция К;
3. Альт «Сервер»;
4. Пакет офисных программ - Р7-Офис.

10. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Лекционные занятия	Учебная аудитория для проведения учебных занятий, оснащенная мультимедийным оборудованием и техническими средствами обучения
Практические занятия	Учебная аудитория для проведения учебных занятий, оснащенная мультимедийным оборудованием и техническими средствами обучения
Самостоятельная работа	Помещение для самостоятельной работы обучающихся оснащенное компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и возможностью доступа к электронной информационно-образовательной среде университета

11. Особенности освоения дисциплины (модуля) лицами с ограниченными возможностями здоровья

Обучающимся с ограниченными возможностями здоровья предоставляются специальные учебники, учебные пособия и дидактические материалы, специальные технические средства обучения коллективного и индивидуального пользования, услуги ассистента (помощника), оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь, а также услуги сурдопереводчиков и тифлосурдопереводчиков.

Освоение дисциплины (модуля) обучающимися с ограниченными возможностями здоровья может быть организовано совместно с другими обучающимися, а также в отдельных группах.

Освоение дисциплины (модуля) обучающимися с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья.

В целях доступности получения высшего образования по образовательной программе лицами с ограниченными возможностями здоровья при освоении дисциплины (модуля) обеспечивается:

1) для лиц с ограниченными возможностями здоровья по зрению:

- присутствие ассистента, оказывающий обучающемуся необходимую техническую помощь с учетом индивидуальных особенностей (помогает занять рабочее место, передвигаться, прочесть и оформить задание, в том числе, записывая под диктовку),
- письменные задания, а также инструкции о порядке их выполнения оформляются увеличенным шрифтом,
- специальные учебники, учебные пособия и дидактические материалы (имеющие крупный шрифт или аудиофайлы),
- индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс,
- при необходимости обучающемуся для выполнения задания предоставляется увеличивающее устройство;

2) для лиц с ограниченными возможностями здоровья по слуху:

- присутствие ассистента, оказывающий обучающемуся необходимую техническую помощь с учетом индивидуальных особенностей (помогает занять рабочее место, передвигаться, прочесть и оформить задание, в том числе, записывая под диктовку),
- обеспечивается наличие звукоусиливающей аппаратуры коллективного пользования, при необходимости обучающемуся предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;
- обеспечивается надлежащими звуковыми средствами воспроизведения информации;

3) для лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата (в том числе с тяжелыми нарушениями двигательных функций верхних конечностей или отсутствием верхних конечностей):

- письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением или надиктовываются ассистенту;
- по желанию обучающегося задания могут выполняться в устной форме.

12. Особенности реализации дисциплины с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения

Согласно части 1 статьи 16 Федерального закона от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» под *электронным обучением* понимается организация образовательной деятельности с применением содержащейся в базах данных и используемой при реализации образовательных программ информации и обеспечивающих ее обработку информационных технологий, технических средств, а также информационно-телекоммуникационных сетей, обеспечивающих передачу по линиям связи указанной информации, взаимодействие обучающихся и педагогических работников. Под *дистанционными образовательными технологиями* понимаются образовательные технологии, реализуемые в основном с применением информационно-телекоммуникационных сетей при опосредованном (на расстоянии) взаимодействии обучающихся и педагогических работников.

Реализация дисциплины может быть осуществлена с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения полностью или частично. Компоненты УМК дисциплины (рабочая программа дисциплины, оценочные и методические материалы, формы аттестации), реализуемой с применением дистанционных

образовательных технологий и электронного обучения, содержат указание на их использование.

При организации образовательной деятельности с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения могут предусматриваться асинхронный и синхронный способы осуществления взаимодействия участников образовательных отношений посредством информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

При применении дистанционных образовательных технологий и электронного обучения в расписании по дисциплине указываются: способы осуществления взаимодействия участников образовательных отношений посредством информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (ВКС-видеоконференцсвязь, ЭТ – электронное тестирование); ссылки на электронную информационно-образовательную среду СКФУ, на образовательные платформы и ресурсы иных организаций, к которым предоставляется открытый доступ через информационно-телекоммуникационную сеть «Интернет»; для синхронного обучения - время проведения онлайн-занятий и преподаватели; для асинхронного обучения - авторы онлайн-курсов.

При организации промежуточной аттестации с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения используются Методические рекомендации по применению технических средств, обеспечивающих объективность результатов при проведении промежуточной и государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры с применением дистанционных образовательных технологий (Письмо Минобрнауки России от 07.12.2020 г. № МН-19/1573-АН "О направлении методических рекомендаций")

Реализация дисциплины с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий осуществляется с использованием электронной информационно-образовательной среды СКФУ, к которой обеспечен доступ обучающихся через информационно-телекоммуникационную сеть «Интернет», или с использованием ресурсов иных организаций, в том числе платформ, предоставляющих сервисы для проведения видеоконференций, онлайн-встреч и дистанционного обучения (МТС Линк), а также с использованием возможностей социальных сетей для осуществления коммуникации обучающихся и преподавателей.

Учебно-методическое обеспечение дисциплины, реализуемой с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий, включает представленные в электронном виде рабочую программу, учебно-методические пособия или курс лекций, методические указания к выполнению различных видов учебной деятельности обучающихся, предусмотренных дисциплиной, и прочие учебно-методические материалы, размещенные в информационно-образовательной среде СКФУ.