

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Садыкова Алена Григорьевна

Должность: Директор Высшей школы креативных индустрий

Дата подписания: 27.05.2026 15:04:09

Уникальный программный ключ:

d72783635b7f7c872e79a746e849dcb1a0c6a07a

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

УТВЕРЖДАЮ

Директор Высшей школы
креативных индустрий
Садыкова Алена Григорьевна

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Современный брендинг

Направление подготовки	42.04.01 – Реклама и связи с общественностью
Направленность (профиль)	«PR и реклама в системе новых медиа»
Год начала обучения	2026
Форма обучения	очная
Реализуется в семестре	3

Разработано

Доцент кафедры дизайна высшей
школы креативных индустрий,
кандидат политических наук,
доцент
Побединская Е.А.

Ставрополь 2026 г.

1. Цель и задачи освоения дисциплины (модуля)

Основная цель освоения дисциплины «Современный брендинг» – приобретение теоретических и практических знаний о брендинге и его потребителе

Задачи дисциплины

Основными задачами являются:

- овладеть обязательным минимумом знаний в области брендинга;
- определить понятие и сущность брендинга на современном этапе;
- обосновать место и роль брендинга в системе маркетинга;
- определить современную среду брендинга: экономическую, правовую и социально-культурную;
- выявить особенности управления российскими и международными брендами;
- рассмотреть современные направления брендинговой политики компаний;
- усвоить базисные знания о сущности брендинга, его структуре и значении.

2. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина «Современный брендинг» относится к дисциплинам (модулям) по выбору 3 (ДВ.3) части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1. Дисциплины (модули).

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

Код, формулировка компетенции	Код, формулировка индикатора	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), характеризующие этапы формирования компетенций, индикаторов
ПК-2. Создает сценарии для специальных событий и мероприятий с учетом специфики коммуникационных задач	ИД-1 ПК-2 использует теоретические аспекты создания сценариев специальных событий и мероприятий, основные платформы для их создания.	Теоретические знания основ создания сценариев специальных событий и мероприятий и основных платформ для их создания
	ИД-2 ПК-2 работает с электронными ресурсами при создании проектов.	Навыки работы с электронными ресурсами при создании проектов
	ИД-3 ПК-2 применяет навыки разработки коммуникационного проекта и методы его оценки.	Навыки разработки коммуникационного проекта и методы его оценки
ПК-3. Формулирует целевой репутационный образ организации/компании/персоны	ИД-1 ПК-3 отбирает эффективные способы создания позитивного имиджа организации/компании/персоны.	Теоретические знания способов создания позитивного имиджа организации/компании/персоны
	ИД-2 ПК-3 осуществляет руководство проектной деятельностью по формированию репутационного образа организации/компании/персоны	Способен осуществлять руководство проектной деятельностью по формированию репутационного образа организации/компании/персоны
	ИД-3 ПК-3 способен разрабатывать стратегические концепции по формированию	Навыки разработки стратегических концепций по формированию репутационного образа организации/компании/

	репутационного образа организации/компании/персоны.	персоны.
ПК-10. Применяет методы качественного и количественного анализа информационного поля, методы работы с открытыми данными и большими объемами информации	ИД-1 ПК-10 выделяет методологию работы с открытыми данными и большими объемами информации в сфере рекламы и связей с общественностью.	Теоретические знания методологии работы с открытыми данными и большими объемами информации в сфере рекламы и связей с общественностью
	ИД-2 ПК-10 применяет методы качественного и количественного анализа в информационном поле сферы рекламы и связей с общественностью.	Способен применять методы качественного и количественного анализа в информационном поле сферы рекламы и связей с общественностью
	ИД-3 ПК-10 применяет навыки использования методов работы с информационными потоками в сфере рекламы и связей с общественностью.	Навыки использования методов работы с информационными потоками в сфере рекламы и связей с общественностью
ПК-11. Получает, интерпретирует и представляет результаты исследования. На основе исследования составляет практические рекомендации и прогнозирует тенденции коммуникационной сферы	ИД-1 ПК-11 использует основные принципы применения теоретических исследований в практической деятельности.	Теоретические знания основных принципов применения теоретических исследований в практической деятельности
	ИД-2 ПК-11 интерпретирует результаты теоретических исследований для практически полезных рекомендаций в сфере рекламы и связей с общественностью.	Способен интерпретировать результаты теоретических исследований для практически полезных рекомендаций в сфере рекламы и связей с общественностью
	ИД-3 ПК-11 применяет навыки тенденций развития направления рекламы и связей с общественностью.	Навыки применения тенденций развития направления рекламы и связей с общественностью в практической деятельности

4. Объем учебной дисциплины (модуля) и формы контроля *

Объем занятий: всего: 3 з.е., 108 акад.ч.	ОФО, в акад. часах
Контактная работа:	
Лекции/из них практическая подготовка	20/0
Лабораторных работ/из них практическая подготовка	0/0
Практических занятий/из них практическая подготовка	20/0
Самостоятельная работа	68
Формы контроля	
Экзамен	-

Зачет	-
Зачет с оценкой	3 семестр
Курсовая работа	нет

* Дисциплина (модуль) 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

№	Раздел (тема) дисциплины и краткое содержание	Формируемые компетенции, индикаторы	Очная форма			Самостоятельная работа, часов	Формы текущего контроля успеваемости
			Контактная работа обучающихся с преподавателем /из них в форме практической подготовки, часов				
			Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы		
1	Основные определения брендинга 1. Понятие бренда 2. Основные различия бренда и торговой марки 3. Функции бренда по отношению к потребителю.	ПК-2: ИД-1, ИД-2,ИД-3; ПК-3: ИД-1, ИД-2,ИД-3; ПК-10: ИД-1, ИД-2,ИД-3; ПК-11: ИД-1, ИД-2,ИД-3	2	2	-	6,8	Собеседование
2	Технология брендинга как современная маркетинговая технология, история ее возникновения и развития 1. Брендинг и его история 2. Виды маркетинговой технологии 3. Брендинг как маркетинговая технология.	ПК-2: ИД-1, ИД-2,ИД-3; ПК-3: ИД-1, ИД-2,ИД-3; ПК-10: ИД-1, ИД-2,ИД-3; ПК-11: ИД-1, ИД-2,ИД-3	2	2	-	6,8	Собеседование
3	Основные модели брендинга 1. Западный (англо-американский) подход к брендингу. 2. Восточный (японский) подход к брендингу. 3. Характеристика моделей брендинга.	ПК-2: ИД-1, ИД-2,ИД-3; ПК-3: ИД-1, ИД-2,ИД-3; ПК-10: ИД-1, ИД-2,ИД-3; ПК-11: ИД-1, ИД-2,ИД-3	2	2	-	6,8	Собеседование
4	Социально-экономические проблемы в современном обществе, способствующие эффективности технологии брендинга 1. Глобальные проблемы современности 2. Социальные проблемы, способствующие эффективности	ПК-2: ИД-1, ИД-2,ИД-3; ПК-3: ИД-1, ИД-2,ИД-3; ПК-10: ИД-1, ИД-2,ИД-3; ПК-11: ИД-1, ИД-2,ИД-3	2	2	-	6,8	Собеседование

	технологии брендинга 3. Экономические проблемы, способствующие эффективности технологии брендинга						
5	Определение понятий товарный знак, торговая марка, бренд 1. Понятие товарного знака 2. Понятие торговой марки 3. Понятие «бренд»	ПК-2: ИД-1, ИД-2,ИД-3; ПК-3: ИД-1, ИД-2,ИД-3; ПК-10: ИД-1, ИД-2,ИД-3; ПК-11: ИД-1, ИД-2,ИД-3	2	2	-	6,8	Собеседование
6	Маркетинговые исследования в брендинге 1. Понятие, виды и методы маркетинговых исследований. 2. Маркетинговые исследования бренда. 3. Маркетинговые исследования имиджа бренда.	ПК-2: ИД-1, ИД-2,ИД-3; ПК-3: ИД-1, ИД-2,ИД-3; ПК-10: ИД-1, ИД-2,ИД-3; ПК-11: ИД-1, ИД-2,ИД-3	2	2	-	6,8	Собеседование
7	Алгоритм разработки новых брендов и вывода их на рынок, требования к их разработке 1. Алгоритм разработки бренда 2. Вывод бренда на рынок 3. Требования к разработке нового бренда	ПК-2: ИД-1, ИД-2,ИД-3; ПК-3: ИД-1, ИД-2,ИД-3; ПК-10: ИД-1, ИД-2,ИД-3; ПК-11: ИД-1, ИД-2,ИД-3	2	2	-	6,8	Собеседование
8	Структура бренда 1. Основные понятия в структуре бренда 2. Алгоритм разработки бренд-кампании 3. Изменения в структуре бренда в контексте социума	ПК-2: ИД-1, ИД-2,ИД-3; ПК-3: ИД-1, ИД-2,ИД-3; ПК-10: ИД-1, ИД-2,ИД-3; ПК-11: ИД-1, ИД-2,ИД-3	2	2	-	6,8	Собеседование
9	Виды брендов, их характеристика, отличительные особенности, назначение и целесообразность разработки и внедрения 1. Виды брендов, их характеристика, отличительные особенности 2. Назначение и целесообразность разработки и внедрения на рынок 3. Влияние на рынок нового бренда	ПК-2: ИД-1, ИД-2,ИД-3; ПК-3: ИД-1, ИД-2,ИД-3; ПК-10: ИД-1, ИД-2,ИД-3; ПК-11: ИД-1, ИД-2,ИД-3	2	2	-	6,8	Собеседование
10	Подготовительная стадия брендинга 1. Психографическое и поведенческое сегментирование потребителей в брендинге. 2. Позиционирование бренда на рынке. 3. Способы корректировки существующего бренда.	ПК-2: ИД-1, ИД-2,ИД-3; ПК-3: ИД-1, ИД-2,ИД-3; ПК-10: ИД-1, ИД-2,ИД-3; ПК-11: ИД-1, ИД-2,ИД-3	2	2	-	6,8	Собеседование
ИТОГО за 3 семестр			20	20	-	68	
ИТОГО			20	20	-	68	

6. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Фонд оценочных средств (ФОС) по дисциплине (модулю) Современный брендинг 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 (модуля).

7. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

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

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

Лекционный материал посвящён рассмотрению ключевых, базовых положений курсов и разъяснению учебных заданий, выносимых на самостоятельную работу студентов. Практические занятия проводятся с целью закрепления усвоенной информации, приобретения навыков ее применения при решении практических задач в соответствующей предметной области.

Самостоятельная работа студентов 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

8.1.1. Перечень основной литературы:

Годин, А.М. Брендинг : учебное пособие / А.М. Годин. - 4-е изд. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 184 с. : ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-02629-4 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453899>

2. МакДональд, М. Брендинг. Как создать мощный бренд : учебник / М. МакДональд, Л. Чернатони. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 559 с. - (Зарубежный учебник). - ISBN 5-238-00894-5 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=436697>

3. Чернышева, А. М. Брендинг : учебник для бакалавриата и магистратуры : для студентов вузов, обучающихся по эконом.напр. и специальностям / А. М. Чернышева, Т. Н. Якубова. - Москва : Юрайт, 2017. - 505 с. : ил., табл. - (Бакалавр.Базовый курс). - Гриф: Доп. УМО. - Прил.: с. 487-504. - Библиогр.: с. 484-486. - ISBN 978-5-9916-2979-9

8.1.2. Перечень дополнительной литературы:

1. Макашев, М.О. Бренд / М.О. Макашев. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 207 с. ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114390>
2. Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг / Ф.И. Шарков. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. -

324 с. ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453044>

3. Карпова, С. В. Брендинг : учебник и практикум для прикладного бакалавриата : для студентов вузов, обучающихся по эконом. напр. и специальностям / С. В. Карпова, И. К. Захаренко ; Финанс. ун-т при Правительстве Российской Федерации. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва :Юрайт, 2017. – 440 с. : ил., табл. – (Бакалавр. Прикладной курс) (Гриф: Рек. УМО). – Прил.: с. 424-439. – Библиогр.: с. 420-423. – ISBN 978-5-9916-3732-9

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

1. Методические рекомендации по выполнению практических заданий по дисциплине «Современный брендинг». Ставрополь, 2026.
2. Методические рекомендации по выполнению самостоятельной работы по дисциплине «Современный брендинг». Ставрополь, 2026.

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

1. <http://www.adme.ru> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе)
2. <http://www.advertology.ru> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе)
3. <http://www.Brandsinfo> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе)
4. <http://www.intv.ru> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе)
5. 8. <http://www.sostav.ru> Информационный ресурс «Состав.Ру»: реклама, маркетинг, PR /
6. <http://www.sostav.ru>. – Портал о рекламе, маркетинге, бизнесе, креативе и PR.
7. <http://www.StoryBrand.ru>. – Сайт об истории создания мировых марок, брендов, компаний, фирм, организаций.
8. <http://www.telead.ru>. – Архив телевизионной рекламы. <http://www.tvigle.ru>. – Архив видеоматериалов (фильмы, видеоролики, телевизионная реклама и др).
9. <http://e.lanbook.com/> – издательство «Лань», электронно-библиотечная система.
10. <http://www.biblioclub.ru/> – электронно-библиотечная система «Университетская библиотека онлайн».
11. <http://elibrary.ru/defaultx.asp> – научная электронная библиотека eLIBRARY.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 семинарских и практических занятиях студенты представляют презентации, подготовленные ими в часы самостоятельной работы.

Информационные справочные системы:

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

1	ЭБС «Университетская библиотека ONLINE» ,
2	ЭБС «IPRbooks»,
3	ЭБС «Biblio- online.ru».

Программное обеспечение:

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	Ауд. 306, к.20 (Масс-медиа центр). Компьютеры DELL, аудиоколонки, ЖК дисплей президиума, квадрокоптер DJI PHANTOM 4 и комплектующие, фотоаппарат зеркальный премиум Canon EOS 5D Mark III EF24-105 Kit и комплектующие, комплект студийного света Lumifor AMATO 100 CLASSIC KIT, камкордер SONY и комплектующие, штатив Manfrotto, принтеры, сканеры.
Практические занятия	Ауд. 306, к.20 (Масс-медиа центр). Компьютеры DELL, аудиоколонки, ЖК дисплей президиума, квадрокоптер DJI PHANTOM 4 и комплектующие, фотоаппарат зеркальный премиум Canon EOS 5D Mark III EF24-105 Kit и комплектующие, комплект студийного света Lumifor AMATO 100 CLASSIC KIT, камкордер SONY и комплектующие, штатив Manfrotto, принтеры, сканеры.
Самостоятельная работа	Ауд. 114, к.20 компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду образовательной организации

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 студенту необходимую техническую помощь с учетом индивидуальных особенностей (помогает занять рабочее место, передвигаться, прочитать 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 студенту для выполнения задания предоставляется увеличивающее устройство;

2) для лиц с ограниченными возможностями здоровья по слуху:

- присутствие ассистента, оказывающий студенту необходимую техническую помощь с учетом индивидуальных особенностей (помогает занять рабочее место, передвигаться, прочитать 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 студента 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.