



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования

**«Дальневосточный федеральный университет»  
(ДВФУ)**

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

Брэнд-менеджмент в дизайне

54.03.01 Дизайн

Дизайн

Форма обучения: очная

*Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 54.03.01 Дизайн (приказ Минобрнауки России от 13.08.2020 г. № 1015)*

Директор департамента: Федорвская Наталья Александровна

Дата заседания 12.03.2024 № протокола 6

Составители:

доктор искусствоведения, профессор, Федоровская Наталья

Александровна; кандидат искусствоведения, доцент, Жильцова Галина

Владимировна

Владивосток  
2024

## I. Цели и задачи освоения дисциплины:

### Цель:

формирование у студентов представления о бренд-менеджменте, его принципах, функциях и методах, формирование навыков практической деятельности и управленческого мышления, необходимых для принятия дизайнером организационно-управленческих решений по развитию бренда.

### Задачи:

- научить студента принимать организационно-управленческие решения, строить разные уровни стратегий бренда
- освоить инструменты и алгоритмы, необходимые для принятия организационно-управленческих решений
- освоить принципы, способы и инструменты организации работы;
- знать и владеть методиками и инструментами бренд-менеджмента.

Профессиональные компетенции студентов, индикаторы их достижения и результаты обучения по дисциплине

Код и наименование компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
---	--	--

<p>ПК-1 способность использовать систематизированные теоретические и практические знания для определения и решения исследовательских задач, в том числе с учетом специфики регионального развития</p>	<p>ПК-1.1 Проводит комплексные дизайн исследования, в том числе в научном коллективе, применяя технологии сбора и анализа информации</p>	<p>Знает: основные этапы конструирования объемно-пространственной среды; основные наработки теоретиков и практиков в области своей профессиональной деятельности, основные типы проектов, требования к качеству; информационные источники по тематикам основных потребностей региона  Умеет: производить предпроектный и проектный анализ; выражать замыслы и идеи графическим методом с применением различных проектно-художественных техник; оформлять проектные материалы средствами дизайна;  Владеет: навыками комбинаторного мышления и умением генерировать множество творческих идей;</p>
---	--	---

Код и наименование компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
<p>ПК-2 способность формировать визуальное сообщение через оценку факторов отношений, ощущений и реакций потребителя с учетом образной выразительности при проектировании объектов дизайна</p>	<p>ПК-2.1 Определяет совокупность необходимых элементов, отражающих оригинальные потребительские характеристики дизайн продукта; оперирует методиками управления сознанием потребителей, вызывая положительные либо негативные реакции средствами дизайна; оперирует принципами создания графических систем в зависимости от носителей.</p>	<p>Знает: методы анализа и оценки факторов отношений, ощущений и реакций потребителя;  Умеет: проводить разработку конструкции в соответствии с поставленной целью и задачами, определять логику конструктивного решения с учетом доступности и комфорта объекта проектирования; работать с чертежами будущего объекта; использовать технологии проектирования объектов, соответствующих изделий, необходимых при создании графических объектов; ориентироваться в современных материалах и их конструктивных свойствах;  Владеет: инструментами и методами конструирования объектов; основными приемами, определяющими реакцию пользователя на доступность и комфорт при формировании среды;</p>

## II. Трудоёмкость дисциплины

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 зачётных единиц (108 академических часов).

## III. Структура дисциплины

Форма обучения: - очная

Таблица - Структура дисциплины

№	Наименование темы дисциплины	Семестр	Вид работы	Количество часов	Формы промежуточной аттестации	Результаты обучения

1	Организационно-экономическая стратегия развития бренда в условиях глобального рынка	5	Лекционные занятия	2		ПК-2.1,ПК-1.1
2	Развитие потребительских продуктовых инноваций с ориентацией на бренд	5	Лекционные занятия	6		ПК-2.1,ПК-1.1
3	Философия бренда	5	Лекционные занятия	6		ПК-2.1,ПК-1.1
4	Брендинг как практика разработки, реализации и развития бренда	5	Лекционные занятия	12		ПК-2.1,ПК-1.1
5	Стратегии, характерные для управления брендом в условиях конкурентных отношений	5	Лекционные занятия	6		ПК-2.1,ПК-1.1
6	Ребрендинг: цель, задачи, примеры	5	Лекционные занятия	4		ПК-2.1,ПК-1.1
1	Бренд и брендинг: основные понятия	5	Практические занятия	12		ПК-2.1,ПК-1.1
2	Система идентичности бренда	5	Практические занятия	12		ПК-2.1,ПК-1.1
3	Стратегические бренд-коммуникационные процессы	5	Практические занятия	12		ПК-2.1,ПК-1.1
4	Подготовка к практическим занятиям	5	Самостоятельная работа	36		ПК-2.1,ПК-1.1
5	Проведение зачета	5	Зачет	0	Зачет	ПК-2.1,ПК-1.1
-	Итого	5	-	108	Зачет	-

#### IV. СОДЕРЖАНИЕ ТЕОРЕТИЧЕСКОЙ ЧАСТИ КУРСА

- 1) Организационно-экономическая стратегия развития бренда в условиях глобального рынка
- 2) Развитие потребительских продуктовых инноваций с ориентацией на бренд
- 3) Философия бренда
- 4) Брендинг как практика разработки, реализации и развития бренда
- 5) Стратегии, характерные для управления брендом в условиях конкурентных отношений
- 6) Ребрендинг: цель, задачи, примеры

#### V. СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИЧЕСКОЙ ЧАСТИ КУРСА

##### **Практические занятия**

- 1) Бренд и брендинг: основные понятия
- 2) Система идентичности бренда
- 3) Стратегические бренд-коммуникационные процессы

### **Лабораторные занятия**

Не предусмотрены

## **VI. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ**

Самостоятельная работа заключается в усвоении теоретического материала, работе над рефератом и презентаций. Выполняется в виде защиты реферата в сопровождении слайд-шоу, выполненного средствами презентационного программного обеспечения. Подается в электронном формате с основательным раскрытием вопросов и системным подходом.

Рекомендации по работе с источниками информации, литературой

Наиболее предпочтительна потемная последовательность в работе с литературой. Ее можно представить в виде следующего примерного алгоритма:

- ознакомление с рабочей учебной программой и учебно-методическим комплексом дисциплины;
- изучение основной учебной литературы;
- проработка дополнительной (учебной и научной) литературы.

В ходе чтения очень полезно, хотя и не обязательно, делать краткие конспекты прочитанного, выписки, заметки, выделять неясные, сложные для восприятия вопросы. В целях прояснения последних нужно обращаться к преподавателю. По завершении изучения рекомендуемой литературы полезно проверить уровень своих знаний с помощью контрольных вопросов для самопроверки.

Настоятельно рекомендуется избегать механического заучивания учебного материала. Практика убедительно показывает: самым эффективным способом является не «зубрежка», а глубокое, творческое, самостоятельное проникновение в существо изучаемых вопросов.

Необходимо вести систематическую каждодневную работу над литературными источниками. Объем информации по курсу настолько обширен, что им не удастся овладеть в «последние дни» перед сессией, как на это иногда рассчитывают некоторые студенты.

Следует воспитывать в себе установку на прочность, долговременность усвоения знаний по курсу. Надо помнить, что они

потребуется в последующей профессиональной деятельности.

Литература имеется в библиотеке университета.

При работе с учебной и научной литературой принципиально важно принимать во внимание момент развития. Курс «Брэнд-менеджмент в дизайне», как и большинство других дисциплин, не является и не может являться набором неких раз и навсегда установленных истин в последней инстанции. Наоборот, он постоянно развивается и совершенствуется. В нем идет диалектический процесс отмирания устаревшего и возникновения новых идей, взглядов, теорий. В условиях ускоряющегося старения информации учебные, впрочем, как и научные, издания, далеко не всегда могут поспевать за новыми явлениями и тенденциями, порождаемыми процессом инновации. Ощутимое отставание характерно и для многих публикаций, связанных с курсом. Ведь их невозможно, даже по чисто техническим причинам, не говоря уже о других, ежегодно обновлять и переиздавать. В связи с этим в литературе по курсу студентам могут встречаться положения, которые уже не вполне отвечают новым тенденциям развития. В таких случаях следует, проявляя нужную критичность мысли, опираться не на устаревшие идеи того или другого издания, как бы авторитетно оно ни было, а на нормы, вытекающие из современных изданий, имеющих отношение к изучаемому вопросу.

Критерии оценки работы с литературой:

№ п/п	Критерий	Количество баллов
1	Изучение основной литературы при подготовке к практическому занятию	30
2	Изучение дополнительной/новой литературы, публикаций по теме занятия, относящейся к теме практического занятия	40
4	Умение работать с научной литературой (делать заметки, вести конспект)	30
ИТОГО:		100

Тематика рефератов

1. Управление жизненным циклом бренда.
2. Менеджмент как наука об управлении брендами
3. Методы измерения эффективности менеджмента
4. Эволюция функции планирования
5. Функция контроля в работе менеджера
6. Проблемы мотивации работников к труду
7. Роль руководителя в принятии решений

8. Управление как процесс коммуникаций: анализ барьеров на пути коммуникаций
9. Потребительская ценность бренда.
10. Стиль и методы принятия решений современными руководителями: тенденции, анализ и оценка.
11. Этические аспекты менеджмента в брендинге
12. Коммуникационная политика бренда.
13. «Война брендов».
14. Технология ребрендинга.
15. Характеристика пирамиды потребностей А. Маслоу
16. Сущность теории Ф. Герцберга
17. Положения теории ожиданий В. Врума
18. Основная мысль теории справедливости
19. Сущность контроля как управленческой функции
20. Сущность закона Парето, его использование на практике
21. Сущность метода «Альпы»
22. Приемы организации времени
23. Факторы внешней среды организации.
24. Факторы внутренней среды организации.

Критерии оценки выполнения самостоятельной работы

Самостоятельная работа предполагает структурную целостность с содержанием теоретического курса – является определенной ступенью в их содержании, но также отдельно логически завершенную задачу. Это обуславливает необходимость ее самостоятельной подготовки для проверки.

Самостоятельная работа будет считаться выполненной, если соблюдена последовательность исполнения задания, логично завязаны все смысловые и структурные элементы, достигнута цельность и ясность составляющих элементов по отношению к целостности концепции.

Самостоятельная работа не считается выполненной в случае, если студент не демонстрирует усвоенные теоретические знания, не может объяснить основные положения изучаемой дисциплины, не демонстрирует выполнение реферата и презентации либо не может объяснить принципы и последовательность их выполнения.

## ВИИ. СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ И ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература

(электронные и печатные издания)

1. Системный бренд-менеджмент: Учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности менеджмента и маркетинга / Грошев И.В., Краснослободцев А.А. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 655 с.: 70x100 1/16 ISBN 978-5-238-02203-1 — Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/882735>

2. Бренд-менеджмент : учеб. пособие / О.Г. Кузьмина. — М. : РИОР : ИНФРА-М, 2017. — 176 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — [www.dx.doi.org/10.12737/21301](http://www.dx.doi.org/10.12737/21301). — Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/563783>

3. Грошев И.В. Системный бренд-менеджмент [Электронный ресурс]: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям менеджмента и маркетинга/ Грошев И.В., Краснослободцев А.А.— Электрон. текстовые данные.— М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017.— 655 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/71225.html>.— ЭБС «IPRbooks»

4. Основы менеджмента : учеб. пособие / Я.Ю. Радюкова, М.В. Беспалов, В.И. Абдукаримов [и др.]. — М. : ИНФРА-М, 2017. — 297 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс; Режим доступа <http://www.znanium.com>]. — (Высшее образование: Бакалавриат). Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/762423>

5. Основы менеджмента: Учебник/Егоршина А.П., 3-е изд., доп. и перераб. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. — 350 с.: 60x90 1/16. — (Высшее образование: Бакалавриат) (Переплёт) ISBN 978-5-16-010959-6, 500 экз. Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/507285>

#### Дополнительная литература

(электронные и печатные издания)

1. Основы бренд-менеджмента : учеб. пособие для студентов вузов / Е. А. Рудая. - М. : Аспект-Пресс, 2006. – 254 с. Режим доступа: <http://lib.dvfu.ru:8080/lib/item?id=chamo:248722&theme=FEFU>

2. Теория менеджмента [Электронный ресурс] : Учебник / А. К. Семенов, В. И. Набоков. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2015. — 492 с. Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=513017>

3. Менеджмент: Учебное пособие / В.Д. Дорофеев, А.Н. Шмелева, Н.Ю. Шестопал. - М.: ИНФРА-М, 2014. - 440 с. Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=330278>

4. Менеджмент: Учебное пособие / Л.Е. Басовский. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 256 с. Режим доступа:

<http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=428644>

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

- Бренд, ценности, человек. Режим доступа: <https://economics.studio/management-brend/brend-integrirovannyiy-management-kajdyiy.html> — Загл. с экрана.
- Корпоративный менеджмент [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [www.cfin.ru/management/](http://www.cfin.ru/management/) — Загл. с экрана.
- Международное сообщество менеджеров [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [www.e-executive.ru](http://www.e-executive.ru) — Загл. с экрана.

Нормативно-правовые материалы

(режим доступа <http://www.consultant.ru/>)

1. «Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая)» от 30.11.1994 № 51-ФЗ (ред. от 13.07.2015) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.10.2015).
2. Федеральный закон от 08.08.2001 № 129-ФЗ (ред. от 13.07.2015) «О государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей».
3. «Налоговый кодекс Российской Федерации (часть первая)» от 31.07.1998 № 146-ФЗ (ред. от 13.07.2015).
4. Федеральный закон от 24.07.2007 № 209-ФЗ (ред. от 29.06.2015) «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации».

Электронно-библиотечные ресурсы и системы, информационные и справочно-правовые системы:

1. Электронно-библиотечная система Издательства «Лань»
2. Электронно-библиотечная система ZNANIUM.com
3. Цифровой образовательный ресурс IPRsmart
4. Образовательная платформа «Юрайт»
5. Справочно-правовая система «Консультант студента»

## VIII. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Учебные занятия по дисциплине проводятся в помещениях, оснащенных соответствующим оборудованием и программным обеспечением. Перечень материально-технического обеспечения дисциплины приведен в таблице.

Таблица - Материально-техническое обеспечение дисциплины

Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы
Помещения для самостоятельной работы. Читальный зал. Номер аудитории А1007 (А1042) (№ помещения по плану БТИ 477, 10 этаж, площадь 1016,2 кв.м.	Помещения оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети Интернет со скоростью доступа - 500 Мбит/сек. и обеспечением доступа в электронную информационно- образовательную среду ДВФУ. Комплекты учебной мебели (столы и стулья). Моноблок Lenovo C360G-i34164G500UDK – 115 шт. Интегрированный сенсорный дисплей Polymedia FlipBox. Копир-принтер-цветной сканер в e-mail с 4 лотками Xerox WorkCentre 5330 (WC5330C). Полноцветный копир-принтер-сканер Xerox WorkCentre 7530 (WC7530CPS).
Номер аудитории: F205 Учебная аудитория для проведения занятий лабораторного типа	Помещение укомплектовано специализированной учебной мебелью (посадочных мест – 8);
Номер аудитории: F502 Учебная аудитория для проведения занятий с компьютерным оборудованием	Помещение укомплектовано специализированной учебной мебелью (посадочных мест – 22) Оборудование: Телевизор; Проектор; экран; Эксклюзивная документ камера; Доска аудиторная; компьютеры - 22 шт.
Номер аудитории: F508b Учебная аудитория для проведения занятий с компьютерным оборудованием	Помещение укомплектовано специализированной учебной мебелью (посадочных мест – 22) Оборудование: Доска аудиторная; компьютеры - 22 шт.

Перечень программного обеспечения:

Adobe Lightroom

Adobe Photoshop CC 2018  
Adobe Photoshop CC 2019  
CorelDRAW Graphics Suite X3  
Microsoft Edge  
Microsoft Office профессиональный плюс 2010  
Microsoft PowerPoint MUI (Russian) 2016  
Mozilla Firefox

Перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем:

[https://artchive.ru/art\\_forms/contemporary\\_art](https://artchive.ru/art_forms/contemporary_art)  
<https://www.artboxspb.com/vidy-sovremennogo-iskusstva/>  
<https://artdoart.com/news/vidy-sovremennogo-iskusstva>  
<https://artsfera.org>  
<https://miropendatabase.ru>