

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Романчук Иван Сергеевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 30.01.2026 14:25:00
Уникальный программный ключ:
6319edc2b582ffda443f01d5779368d0957ac34f5cd074d81181530452479

Приложение к рабочей
программе дисциплины

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ
ПО ОРГАНИЗАЦИИ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Наименование дисциплины	Брендинг
Направление подготовки	38.04.02 Менеджмент
Направленность (профиль)	Смарт-маркетинг: международное развитие бизнеса
Форма обучения	очная
Разработчик	Черкашов Е.М. доцент кафедры менеджмента и бизнеса

1. Темы дисциплины для самостоятельного освоения обучающимися

Отсутствуют

2. План самостоятельной работы

№ п/п	Учебные встречи	Виды самостоятельной работы	Форма отчетности/ контроля	Количество баллов	Рекомендуемый бюджет времени на выполнение (ак. ч.)
1	Ключевая роль брендинга в конкурентоспособности и успешности современного бизнеса	Подготовка к практическим занятиям	Собеседование (обсуждение вопросов по теме)	-	3
		Подготовка к экзамену			3
2	Маркетинг, бренд, брендинг	Подготовка к практическим занятиям	Собеседование (обсуждение вопросов по теме)	-	5
		Подготовка к экзамену			3
3	Социально-культурные компоненты бренда и особенности бренд-менеджмента	Выполнение проектного задания	Раздел сквозного проектного задания	5	6
		Подготовка к практическим занятиям	Собеседование (обсуждение вопросов по теме)	-	3
		Подготовка к экзамену			3
4	Психологические приемы в стратегиях бренд-менеджмента	Выполнение проектного задания	Раздел сквозного проектного задания	5	6
		Подготовка к практическим занятиям	Собеседование (обсуждение вопросов по теме)	-	2
		Подготовка к экзамену			4
5	Анализ и оценка текущего позиционирования бренда выбранной компании	Выполнение проектного задания	Раздел сквозного проектного задания	5	14
		Подготовка к практическим занятиям	Собеседование (обсуждение вопросов по теме)	-	2
		Подготовка к экзамену			2
6		Подготовка презентации	Презентация	5	13

№ п/п	Учебные встречи	Виды самостоятельной работы	Форма отчетности/ контроля	Количе ство баллов	Рекомендуемый бюджет времени на выполнение (ак. ч.)
	Рекомендации по продвижению бренда выбранной компании	Подготовка к практическим занятиям	Собеседование по подготовленным м презентациям	-	3
		Подготовка к экзамену			2
	Итого:			20	74

3. Требования и рекомендации по выполнению самостоятельных работ обучающихся, критерии оценивания

Проектное задание – предметно-познавательное и практико-ориентированное задание, направленное на поиск необходимой информации, усвоение и переработку изученного материала в рамках решения определенных проектных задач.

Структура и содержание проектного задания определяются преподавателем в соответствии с конкретными темами дисциплины, включает в себя несколько взаимосвязанных разделов, информационно-аналитическая работа в рамках которых носит последовательный характер и осуществляется индивидуально или в группах (до 3 чел.).

Оформление проектного задания: индивидуальная или командная презентация, состоящая из 3-х разделов с активными ссылками на источники информации

Презентация - определенное информационное послание установленного формата с оригинальным графическим решением, выражающее индивидуальные/ групповые впечатления и соображения по конкретному поводу или вопросу.

Структура и содержание презентации определяются результатами поэтапной проектной деятельности, реализованной индивидуально и в группах (до 3 чел.) при выполнении разделов проектного задания.

Оформление презентации: 20-25 слайдов, размер шрифта не менее 25, визуальное решение на усмотрение обучающегося.

Критерии оценивания:

- структура, содержание и оформление презентации соответствуют указанным требованиям;

- соблюдены сроки выполнения (в соответствии с установленным графиком).

Собеседование – гибкая процедура контроля освоения дисциплины в формате обсуждения ее теоретических и прикладных аспектов, реализуемая в рамках практических занятий по конкретным вопросам тем курса, разделам проектного задания и презентаций.

Подготовка к собеседованию предполагает повторение теоретических и прикладных аспектов конкретной темы, закрепление приобретенных знаний, навыков и умений (презентация преподавателя, опорные тематические конспекты обучающегося, практические задания и ситуации для анализа).

Критерии оценивания:

- ответы обучающегося на вопросы преподавателя раскрывают конкретную тему, корректны и аргументированы;

- обучающийся способен охарактеризовать взаимосвязь теоретических и прикладных аспектов конкретной темы, привести практический пример и/ или выполнить практическое задание, проанализировать практическую ситуацию.

4. Рекомендации по самоподготовке к промежуточной аттестации по дисциплине

Для успешного прохождения промежуточной аттестации в виде экзамена (оценка "удовлетворительно" - 61-75 баллов; оценка "хорошо" - 76-90 баллов; оценка "отлично" - 91-

100 баллов)каждый студент должен принять участие в подготовке и защите презентации группового проекта.

Студенты, объединенные по 2 человека в команды, опираясь на полученные знания и навыки, используя самостоятельно результаты аналитических и статистических материалов, как на русском, так и на иностранном языке, на примере выбранной ими организации:

- пишут и оформляют в виде презентаций совместные проекты по теме **«Оценка позиционирования и подготовка рекомендаций по продвижению бренда выбранной компании»** ;

- готовят презентации (каждый по своему разделу);
- выступают с презентациями (продолжительность 5-7 минут), используя мультимедийную технику, на защите своих работ перед группой. Презентации охватывают основные вопросы, связанные с анализом, оценкой и рекомендациями по повышению уровня конкурентоспособности позиции бренда, выбранной компании. Каждый участник команды должен подготовить свою презентацию как часть целого и выступить в роли организатора, «защитника» одной из двух презентаций своей команды.

Итоговая оценка каждого студента складывается из оценки подготовленной презентации; устного выступления с презентацией; ответов на вопросы в процессе обсуждения презентации.

Основные вопросы, которые должны быть отражены в двух презентациях ее представляющих.

План Презентации 1 для командной работы

« Оценка текущего состояния позиционирования бренда выбранной компании»

(с использованием специально-разработанной анкеты «Бренд-Бриф: потенциал бренда»)

- 1.Оценка позиционирования торговых марок конкурентов (заявленных ими конкурентных преимуществ)
- 3.Раскрытие и толкование креативных концепций марок конкурентов (визуальные образы/символы).
4. Выявление инсайтов (скрытых мотивов и желаний потребителей) и важных для потребителя характеристик продвигаемого выбранной компании продукта.
- 5.Характеристика платформы (содержания) бренда выбранной компании и ее элементов: физические атрибуты; функциональные преимущества; эмоциональные выгоды; ценности; индивидуальность.
6. Характеристика атрибутов(формы) бренда: имя; легенда; персонаж; логотип; фирменный стиль.
- 7.Выделение ключевых проблемных зон и задач позиционирования бренда выбранной компании.

План Презентации 2 для командной работы

«Подготовка предложений по продвижению бренда выбранной компании».

- 1.Текущая позиция бренда (наличие сильных и слабых сторон в текущем позиционировании компании и ее бренда)
2. Оценка конкурентных преимуществ бренда (действительная привлекательности для аудитории; индивидуальность бренда; оценка дифференцирующей идеи)
3. Целевая аудитория (мотивы потребления / ключевые инсайты)
- 4.Сдерживающие факторы бренда (что в бренде / его коммуникации может тормозить его восприятие целевой аудиторией и тормозит развитие в целом)
- 5.Потенциал бренда и его общего развития (мнение о развитии дифференцирующей идеи и возможных точках роста)
6. Основные варианты и способы решения проблемных зон продвижения бренда.