



Федеральное агентство по рыболовству  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Калининградский государственный технический университет»  
(ФГБОУ ВО «КГТУ»)

УТВЕРЖДАЮ  
Начальник УРОПС

Рабочая программа факультативной дисциплины  
**БРЕНД-СТРАТЕГИЯ И УПРАВЛЕНИЕ ИДЕНТИЧНОСТЬЮ**

основной профессиональной образовательной программы магистратуры  
по направлению подготовки  
**38.04.02 МЕНЕДЖМЕНТ**

Профиль программы  
**«УПРАВЛЕНИЕ МАРКЕТИНГОМ»**

ИНСТИТУТ  
ВЫПУСКАЮЩАЯ КАФЕДРА  
РАЗРАБОТЧИК

Отраслевой экономики и управления  
Менеджмента  
УРОПС

## **1 ЦЕЛЬ И ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

1.1 Целью освоения дисциплины «Бренд-стратегия и управление идентичностью» является формирование у магистрантов компетенций в области стратегического управления брендом, включая разработку бренд-стратегии, формирование идентичности и позиционирования, а также оценку эффективности брендинговых решений в условиях конкурентной среды.

1.2 Планируемые результаты обучения по дисциплине:

### *Знать:*

- современные концепции и модели управления брендом;
- методы анализа рынка, целевой аудитории и конкурентов для формирования уникального позиционирования бренда;
- принципы создания и управления идентичностью бренда.

### *Уметь:*

- разрабатывать комплексную бренд-стратегию, включая миссию, ценности, позиционирование и архитектуру бренда;
- применять инструменты брендинга (нейминг, логотип, гайдлайны) для создания устойчивого восприятия бренда;
- оценивать эффективность брендинговых решений с использованием метрик оценки здоровья бренда.

### *Владеть:*

- навыками проведения бренд-аудита и анализа рыночных трендов для адаптации стратегии;
- методами создания консистентной идентичности бренда;
- инструментами измерения и управления репутацией бренда.

## 2 ТРУДОЁМКОСТЬ ОСВОЕНИЯ, СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ, ФОРМЫ АТТЕСТАЦИИ ПО НЕЙ

Дисциплина "Бренд-стратегия и управление идентичностью" является факультативной.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы (з.е.), т.е. 72 академических часа (54 астр. часа) контактной и самостоятельной учебной работы студента; работой, связанной с текущей и промежуточной (заключительной) аттестацией по дисциплине.

Распределение трудоемкости освоения дисциплины по семестрам, видам учебной работы студента, а также формы контроля приведены ниже.

Таблица 1 - Объем (трудоемкость освоения) в очной форме обучения и структура дисциплины

| Наименование                               | Семестр | Форма контроля | з.е.     | Акад. часов | Контактная работа |          |           |          |             | СРС          | Подготовка и аттестация в период сессии |
|--------------------------------------------|---------|----------------|----------|-------------|-------------------|----------|-----------|----------|-------------|--------------|-----------------------------------------|
|                                            |         |                |          |             | Лек               | Лаб      | Пр        | РЭ       | КА          |              |                                         |
| Бренд-стратегия и управление идентичностью | 1       | 3              | 2        | 72          | 16                | -        | 16        | 3        | 0,15        | 36,85        | -                                       |
| <b>Итого по дисциплине:</b>                |         |                | <b>2</b> | <b>72</b>   | <b>16</b>         | <b>-</b> | <b>16</b> | <b>3</b> | <b>0,15</b> | <b>36,85</b> | <b>-</b>                                |

Обозначения: Э – экзамен; З – зачет; ДЗ – дифференцированный зачет (зачет с оценкой); КР (КП) – курсовая работа (курсовой проект); контр. – контрольная работа, РГР – расчетно-графическая работа; Лек – лекционные занятия; Лаб – лабораторные занятия; Пр – практические занятия; РЭ – контактная работа с преподавателем в ЭИОС; КА – контактная работа, включающая консультации, инд.занятия, практики и аттестации; СРС – самостоятельная работа студентов

Таблица 2 - Объем (трудоемкость освоения) в заочной форме обучения и структура дисциплины

| Наименование                               | Курс | Сессия | Форма контроля | з.е.     | Акад. часов | Контактная работа |          |          |          | СРС       | Подготовка и аттестация в период сессии |
|--------------------------------------------|------|--------|----------------|----------|-------------|-------------------|----------|----------|----------|-----------|-----------------------------------------|
|                                            |      |        |                |          |             | Лек               | Лаб      | Пр       | РЭ       |           |                                         |
| Бренд-стратегия и управление идентичностью | 1    | Зимняя | 3              | 2        | 72          | 2                 | -        | 4        | 3        | 59        | 4                                       |
| <b>Итого по дисциплине:</b>                |      |        |                | <b>2</b> | <b>72</b>   | <b>2</b>          | <b>-</b> | <b>4</b> | <b>3</b> | <b>59</b> | <b>4</b>                                |

При разработке образовательной технологии организации учебного процесса основной упор сделан на соединение активной и интерактивной форм обучения. Интерактивная форма позволяет студентам проявить самостоятельность в освоении теоретического материала и овладении практическими навыками, формирует интерес и позитивную мотивацию к учебе.

### **3 УЧЕБНАЯ ЛИТЕРАТУРА И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТА**

Учебно-методическое обеспечение дисциплины приведено в таблице 3.

Таблица 3 – Перечень основной и дополнительной литературы

| Наименование дисциплины                    | Основная литература                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | Дополнительная литература                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|--------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Бренд-стратегия и управление идентичностью | <p>1. Старов, С. А. Управление брендами : учебник / С. А. Старов. — 4-е изд., перераб. — Санкт-Петербург : СПбГУ, 2021. — 557 с. — ISBN 978-5-288-06100-4. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <a href="https://e.lanbook.com/book/174277">https://e.lanbook.com/book/174277</a> (дата обращения: 29.06.2025). — Режим доступа: для авториз. пользователей.</p> <p>2. Шевченко, Д. А. Управление брендом : учебник : [16+] / Д. А. Шевченко, Е. В. Пономарева. – Москва : Директ-Медиа, 2022. – 344 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. — URL: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=694021">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=694021</a> (дата обращения: 29.06.2025). – Библиогр.: с. 335-339. – ISBN 978-5-4499-3329-4. – DOI 10.23681/694021. – Текст : электронный.</p> <p>3. Эскиев, М. А. Бренд-менеджмент : учебное пособие / М. А. Эскиев. — Грозный : ЧГУ им. А.А. Кадырова, 2024. — 110 с. — ISBN 978-5-91127-409-2. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <a href="https://e.lanbook.com/book/461549">https://e.lanbook.com/book/461549</a> (дата обращения: 29.06.2025). — Режим доступа: для авториз. пользователей.</p> | <p>1. Ахматова, И. В. Брэнд-бук и фирменный стиль : учебное пособие / И. В. Ахматова, Е. В. Шокова. — Самара : Самарский университет, 2020. — 68 с. — ISBN 978-5-7883-1568-3. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <a href="https://e.lanbook.com/book/188883">https://e.lanbook.com/book/188883</a> (дата обращения: 29.06.2025). — Режим доступа: для авториз. пользователей.</p> <p>2. Жадько, Е. А. Бренд-менеджмент в международном бизнесе : учебное пособие / Е. А. Жадько, Т. Л. Сысоева. — Екатеринбург : УрГЭУ, 2023. — 115 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <a href="https://e.lanbook.com/book/443990">https://e.lanbook.com/book/443990</a> (дата обращения: 29.06.2025). — Режим доступа: для авториз. пользователей.</p> <p>3. Крылова, Л. В. Брендинг : учебное пособие / Л. В. Крылова, Я. В. Дегтярева. — Донецк : ДонНУЭТ имени Туган-Барановского, 2023. — 150 с. — ISBN 978-5-00202-424-7. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <a href="https://e.lanbook.com/book/403931">https://e.lanbook.com/book/403931</a> (дата обращения: 29.06.2025). — Режим доступа: для авториз. пользователей.</p> |

## **4 ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ, ИНТЕРНЕТ-РЕСУРСЫ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **Информационные технологии**

В ходе освоения дисциплины, обучающиеся используют возможности интерактивной коммуникации со всеми участниками и заинтересованными сторонами образовательного процесса, ресурсы и информационные технологии посредством электронной информационной образовательной среды университета.

Перечень современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем, к которым обучающимся по образовательной программе обеспечивается доступ (удаленный доступ), а также перечень лицензионного программного обеспечения определяется в рабочей программе и подлежит обновлению при необходимости.

### **Электронные образовательные ресурсы:**

Российская образовательная платформа и конструктор бесплатных открытых онлайн-курсов и уроков - <https://stepik.org>

Образовательная платформа - <https://openedu.ru/>

**Состав современных профессиональных баз данных (СПБД) и информационных справочных систем (ИСС).**

- Научная электронная библиотека: [www.elibrary.ru](http://www.elibrary.ru)
- Российское образование: федеральный образовательный портал: <http://www.edu.ru/>
- HR-портал (сообщество профессионалов): <http://www.hr-portal.ru>
- Научная электронная библиотека "КиберЛенинка": <https://cyberleninka.ru/>
- Портал VC.ru. Рекламные кейсы из России и других стран, советы по продвижению, маркетинг и digital.: <https://vc.ru/marketing>
- Открытое образование. Курсы ведущих ВУЗов России: <https://openedu.ru/>

## **5 МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

Аудиторные занятия проводятся в специализированных аудиториях с мультимедийным оборудованием, в компьютерных классах, а также в других аудиториях университета согласно расписанию занятий.

Консультации проводятся в соответствии с расписанием консультаций.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.

При освоении дисциплины используется программное обеспечение общего назначения и специализированное программное обеспечение.

Перечень соответствующих помещений и их оснащения размещен на официальном сайте университета в информационно-телекоммуникационной сети Интернет.

## **6 ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ АТТЕСТАЦИИ, СИСТЕМА ОЦЕНИВАНИЯ И КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ**

Типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки результатов освоения дисциплины (в т.ч. в процессе освоения), а также методические материалы, определяющие процедуры этой оценки приводятся в приложении к рабочей программе дисциплины (утверждается отдельно).

Оценивание результатов обучения может проводиться с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий.

## 7 СВЕДЕНИЯ О РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ И ЕЕ СОГЛАСОВАНИИ

Рабочая программа факультативной дисциплины «Бренд-стратегия и управление идентичностью» представляет собой компонент основной профессиональной образовательной программы магистратуры по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент, профиль «Управление маркетингом».

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры менеджмента (протокол № 9 от 23.04.2025).

Заведующий кафедрой

В.В. Дорофеева

Директор института

А.Г. Мнацаканян