


Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа дисциплины		

**УТВЕРЖДЕНО**  
решением Ученого совета  
факультета культуры и искусства  
от «18» июня 2020 г., протокол №12/217

Председатель \_\_\_\_\_ / Т.А.Ившина /  
(подпись)  
«18» \_\_\_\_\_ 2020г.



### РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина	Основы брендинга и визуализация бренда
Факультет	культуры и искусства
Кафедра	связей с общественностью, рекламы и культурологии
Курс	3

Направление (специальность): **51.03.01«Культурология» (бакалавриат)**

Направленность (профиль/специализация): **Менеджмент культуры**

Форма обучения: **очная**

Дата введения в учебный процесс УлГУ: **«01» сентября 2020 г.**

Программа актуализирована на заседании кафедры: протокол № 10 от 15.06. 2021 г.

Программа актуализирована на заседании кафедры: протокол № 9 от 10.05. 2022 г.

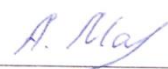
Программа актуализирована на заседании кафедры: протокол №\_\_ от \_\_\_\_ 20\_\_ г.

Сведения о разработчиках:


ФИО	Кафедра	Должность, ученая степень, звание
Краева Александра Геннадьевна	СОРИК	Канд. филос. наук, доцент

**СОГЛАСОВАНО**

Заведующий кафедрой связей с  
общественностью, рекламы и  
культурологии

  
 \_\_\_\_\_ / А.К.Магомедов/  
 (подпись) (ФИО)

«26» мая 2020 г.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа дисциплины		

## 1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

**Цель курса:** формирование у студентов теоретических знаний о брендинге, исторических знаний о формировании брендов разных областей культуры, навыков использования информации, полученной при проведении маркетинговых исследований, в создании и управлении брендами, навыков по осуществлению теоретической деятельности по планированию брендовой политики, а также практикой владения приемами визуализации бренда.

### Задачи изучения дисциплины:

- теоретические основы брендинга;
- теоретические основы экономической и правовой среды бренда
- особенности социально-культурной среды бренда Основы концепции бренд-менеджмента;
- основополагающие принципы визуализации бренда.


## 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Рабочая программа учебной дисциплины «Основы брендинга и визуализация бренда» Б1.В.1.10 является обязательной и относится к базовой части блока Б1.В.1. «Дисциплины (модули)» основной профессиональной образовательной программы (ОПОП), устанавливаемой вузом. Дисциплина охватывает широкий круг проблем и поэтому связана со многими дисциплинами, направленными на формирование компетенций в деятельности специалиста в сфере менеджмента культуры.


Входящие знания и навыки, необходимые для изучения дисциплины, формируются в результате освоения социогуманитарных предметов в объеме полного общеобразовательного цикла, а также в процессе становления мировоззренческой позиции, а также при изучении дисциплин университетской программы подготовки: «Межкультурные коммуникации», «Теория речевого воздействия», «Риторика», «Основы проектного управления», «Проектная деятельность в сфере культуры», «Маркетинг в сфере культуры», «Управление стартапами в социальном предпринимательстве», «Проектно-технологическая практика», «Правовые основы культурной деятельности». Дисциплина является дополняющей в процессе поэтапного освоения компетенций для ряда курсов: «Менеджмент в социокультурной сфере», «Визуальные методы исследования культуры», «Менеджмент в социокультурной сфере», «Современные финансовые инструменты социального предпринимательства». Дисциплина является предшествующей для следующих дисциплин: «Менеджмент выставочной деятельности», «Культурологические основы делового этикета и международного протокола», «PR-технологии в сфере культуры», «Soft skills тренинг» «Продвижение в сети Интернет», «Имиджелогия», «Культура массовых коммуникаций», а также для освоения Преддипломной практики, важна для Подготовки к сдаче и сдачи государственного экзамена, Выполнения и защита выпускной квалификационной работы.

## 3. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОСНОВЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Код и наименование реализуемой компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с индикаторами достижения компетенций
ПК-5: готовность к использованию	<b>Знать:</b> особенности содержания основных

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа дисциплины		

<p>современного знания о культуре и социокультурной деятельности (концепций и инструментария) в организационно-управленческой работе</p>	<p>категорий светского и делового позиционирования; особенности основных подходов к определению и анализу брендов и брендирования, ДНК брендинга, имиджа руководителя и организации; современные направления формирования и поддержания имиджа успешной организации и эффективного руководителя; основные научные и практические проблемы делового позиционирования в управленческой науке</p> <p><b>Уметь:</b> пользоваться приемами, методами и технологиями создания и поддержания имиджа успешной организации, эффективного руководителя, а также представителей различных звеньев персонала организации; распознавать и творчески использовать концепции анализа имиджа руководителя, а также представителей различных звеньев персонала организации; определять специфику восприятия имиджа руководителя и особенности деятельности субъектов управления; пользоваться инструментами анализа имиджа организации, лидера, руководителя, а также представителей различных звеньев персонала организации.</p> <p><b>Владеть:</b> навыками целостного подхода к анализу имиджа организации, а также представителей различных звеньев персонала организации и организации в целом; основами искусства построения и поддержания имиджа лидера и эффективного руководителя; базовыми приемами предотвращения конфликтов в коллективе; методами анализа имиджа эффективного руководителя, также представителей различных звеньев персонала организации.</p>
<p><b>ПК-6:</b> способность применять на практике знание теоретических основ управления в социокультурной сфере, находить и принимать управленческие решения в нестандартных ситуациях и готовность нести за них ответственность</p>	<p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- принципы взаимодействия культуры, общества и государства, особенности новой управленческой парадигмы в сфере культуры;</li> <li>- методы разработки стратегии и технологии социального партнерства в области культуры;</li> <li>- современные коммуникации в процессе управления культурой;</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- разрешать проблемы, возникающие в ходе реализации организационных отношений;</li> <li>- осуществлять сбор и анализ исходных данных для проектирования культурной политики и прогнозирования тенденций ее развития;</li> </ul> <p><b>Владеть:</b></p>

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа дисциплины		

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- пониманием социальной значимости своей будущей профессии, выполнения профессиональной деятельности;</li> <li>- потребностью в профессиональном развитии и быть готовым к повышению своего образовательного и культурного уровня;</li> <li>- готовностью осуществлять контроль соответствия разрабатываемых социальных проектов в сфере молодежной политики действующим общественным нормам экономических, политических и культурных отношений</li> </ul>
--	---

#### 4.ОБЩАЯ ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Объем дисциплины в зачетных единицах (всего) –2 ЗЕТ

4.2. по видам учебной работы (в часах) - 72


Форма обучения: **очная**

Вид учебной работы	Количество часов	
	Всего по плану	В т.ч. по семестрам
		<b>6</b>
Контактная работа обучающихся с преподавателем	36	36
Аудиторные занятия:	36	36
лекции	16	16
практические и семинарские занятия	16	16
Самостоятельная работа	40	40
Всего часов по дисциплине	72	72
Текущий контроль	Устный опрос, тестирование	Устный опрос, тестирование
Курсовая работа	-	-
Виды промежуточной аттестации	Зачет	Зачет


#### 4.3. Распределение часов по темам и видам учебной работы:

Форма обучения: **очная**

Название и разделов и тем	Всего	Виды учебных занятий				Форма текущего контроля знаний
		Аудиторные занятия		Занятия в интерактивной форме	Самостоятельная работа	
		лекции	практические занятия, семинары			
1	2	3	4	5	6	7
1. Теоретические основы брендинга	6	1	1	-	4	Устный опрос, тестирование

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа дисциплины		

2. Возникновение и развитие брендинга	16	1	1	-	4	Устный опрос, тестирование
3. Теоретические основы брендинга. Содержание понятия «бренд», понятие «ДНК бренда»	6	1	1	-	4	Устный опрос, тестирование
4. Экономическая и правовая среда бренда	6	1	1	-	4	Устный опрос, тестирование
5. Социально-культурная среда бренда Концепция бренд-менеджмента	8	2	2	-	4	Устный опрос, тестирование
6. Фирменный стиль как составная часть брендинга. Система управления брендами	8	2	2	-	4	Устный опрос, тестирование,
7. Разработка бренда. Система управления брендами. Принципы разработки атрибутов бренда	6	1	1	-	4	Устный опрос, тестирование
8. Роль упаковки в брендинге. Бренддинг в местах продаж	6	1	1	<u>2</u>	4	Устный опрос, тестирование
9. Методы визуализации бренда. Правила построения наглядных презентаций. Принципы создания кликабельного контента в социальных сетях.	12	2	2	<u>2</u>	8	Устный опрос, тестирование
<b>Итого</b>	<b>72</b>	<b>16</b>	<b>16</b>	<b><u>4 (практ)</u></b>	<b>40</b>	

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа дисциплины		

## 5.СОДЕРЖАНИЕ КУРСА

### **Тема 1. Теоретические основы брендинга**

Сущность торговой марки и бренда. Историческая эволюция форм товарного обозначения. Отличие понятия «бренд», «торговая марка», «товар». Преимущества брендов. Атрибуты бренда. Модель «колесо бренда».

### **Тема 2. Возникновение и развитие брендинга.**

История возникновения брендинга. Этапы развития брендинга

### **Тема 3. Теоретические основы брендинга.**

#### **Содержание понятия «бренд», понятие «ДНК бренда»**

Понятие и сущность брендинга. Теория эволюции брендинга. Определение понятия «бренд» с точки зрения маркетинга, с точки зрения психологии потребителя.

### **Тема 4. Экономическая и правовая среда бренда**

Стоимость бренда. Сила бренда. Этапы технологии создания стоимости бренда. Методы определения стоимости бренда. Методики оценки бренда.

Правоохранность и правоспособность брендов. Недобросовестное предпринимательство: фальсификация и имитация продукции. Фонетические, цвето-графические и сюжетные имитации. Способы фальсификации брендов. Патенты и свидетельства как инструменты правовой охраны и защиты брендов. Способы фальсификации брендов. Защитные меры от копирования брендов. Регистрация товарных знаков в РФ. Защита бренда..

### **Тема 5. Социально-культурная среда бренда Концепция бренд-менеджмента**


Понятие и элементы имиджа. Моделирование позитивного имиджа. Роль бренд-менеджера в организации управления брендом. Репутация, социальная ответственность, репутационные стратегии. Программа исследования репутации. Цели и задачи исследования репутации.

### **Тема 6. Фирменный стиль как составная часть брендинга. Система управления брендами**

Фирменный стиль как составная часть брендинга. Система управления брендами. Понятие и содержание фирменного стиля. Разработка, продвижение фирменного стиля.

### **Тема 7. Разработка бренда. Система управления брендами. Принципы разработки атрибутов бренда**

Понятие и направления. Бренд-стратегия: понятие и этапы разработки. Стратегическое развитие портфеля брендов: цели, задачи. Основные принципы управления портфелем

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа дисциплины		

брендов. Аудит бренда. иционирование брендов: принципы разработки позиционирования. Ценовое позиционирование. Стратегия репозиционирования. Принципиальная схема разработки бренда.

### **Тема 8. Роль упаковки в брендинге. Брендинг в местах продаж**

Понятие элементы упаковки. Дизайн в упаковке бренда. Смена дизайна как эволюция бренда. Уровни стимулирования продаж в брендинге. Правила мерчандайзинга, способствующие эффективному брендингу. Разработка брендоспособной торговой марки, коммуникационной стратегии бренда. Направления развития бренда. Дифференциация бренда. Диверсификация бренда. Лицензирование бренда. Ребрендинг. Нейминг. Принципы разработки коммуникационных атрибутов бренда: бренд-нейма, логотипа/фирменного знака, цветовой айдентики, фирменных шрифтов, слогана. Продвижение торговой марки за счёт спонсорства. Сенсорный брендинг. Слоган как эмоциональный элемент бренда. Этапы разработки бренд-коммуникаций. Коммуникационная компания по продвижению бренда.

### **Тема 9. Методы визуализации бренда. Правила построения наглядных презентаций. Принципы создания кликабельного контента в социальных сетях.**

Классификация методов визуализации. Методы представления данных: табличные и графические.

Таблицы; правила оформления наглядных таблиц.

Графические методы: графики; диаграммы сравнения; диаграммы визуализации процесса; иллюстрации и картинки; деревья и структурные диаграммы; карты и картограммы.

Визуальные аллегории. Мифы визуализации. Основные ошибки и заблуждения при построении графиков и диаграмм.

Основные правила построения графиков и диаграмм.

Понятие и назначение презентации. Процесс создания презентации. Особенности создания презентации о компании. Основные ошибки презентаций. Правило 10-20-30. Обзор рынка инструментов для построения презентаций: MS Power Point и Prezi.

## **6. ТЕМЫ ПРАКТИЧЕСКИХ И СЕМИНАРСКИХ ЗАНЯТИЙ**

### **Тема 1. Теоретические основы брендинга**

*Форма проведения - семинар, круглый стол с обсуждениями докладов и презентаций.*

**Вопросы к теме:** Кейс-анализ «Должна ли культура зарабатывать деньги или решать системные общественные и государственные задачи».


### **Тема 2. Возникновение и развитие брендинга.**

*Форма проведения - семинар, круглый стол с обсуждениями докладов и презентаций.*

#### **Вопросы для обсуждения:**

1. Культурная политика России и анализ деятельности органов государственной власти в этой сфере.
2. Результаты анализа государственного финансирования сферы культуры.
3. Результаты анализа негосударственных форм финансирования сферы культуры и налоговой политики.
4. Результаты анализа художественного образования и сферы искусства (театр, музыкальное и изобразительное искусство).
5. Проблемы библиотек и музеев.
6. Проблемы сохранения и реставрации памятников истории и культуры.
7. Проблемы фольклора и народного творчества; анализ отношения к современному искусству.
8. Анализ участия общественности в культурной жизни.



Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа дисциплины		

### **Тема 3. Теоретические основы брендинга.**

#### **Содержание понятия «бренд», понятие «ДНК бренда»**

*Форма проведения - семинар, круглый стол с обсуждениями докладов и презентаций.*

#### **Вопросы к теме: .**

1. Анализ высказываний известных философов, питателей, деятелей искусства и т.д. о культурной политике в России и зарубежом.
2. Презентацию, обсуждение и оценивание групповых проектов «Анализ социокультурной ситуации в городе Москве».

### **Тема 4. Экономическая и правовая среда бренда**

*Форма проведения - семинар, круглый стол с обсуждениями докладов и презентаций.*

1. Статус культуры в ФЗ «Основы законодательства Российской Федерации о культуре».
2. Обязанности государства в сфере культуры.
3. Наличие или отсутствие инструментов обеспечения единства и целостности культурной политики на всех уровнях управления.
4. Ориентация законодательной деятельности на организацию культурной жизни «по отраслям»: достоинства и недостатки подобной архитектуры.
5. Основные тенденции в отношении государства к сфере культуры, проявляющиеся в динамике нормативно-правового регулирования.

### **Тема 5. Социально-культурная среда бренда Концепция бренд-менеджмента**

*Форма проведения - семинар, круглый стол с обсуждениями докладов и презентаций.*

1. Децентрализация государственного управления в России.
2. Роль территориальных органов государственной власти.  
Роль общественных советов, фондов, политических партий, негосударственных организаций, их взаимодействие с органами государственной, региональной и местной власти.

### **Тема 6. Фирменный стиль как составная часть брендинга. Система управления брендами**

*Форма проведения – интерактивный семинар, круглый стол с обсуждениями докладов и презентаций.*

#### **Вопросы к теме:**

1. Цели и содержание социокультурного развития территории.
2. Инструменты реализации культурной политики.
3. Формы поддержки и реализации социокультурных инициатив населения.
4. Механизм взаимодействия с государственными структурами (отраслевыми и территориальными) в процессе осуществления культурной политики.


### **Тема 7. Разработка бренда. Система управления брендами. Принципы разработки атрибутов бренда**

*Форма проведения – практические занятия.*

#### **Вопросы к теме:**

1. Цели и основные направления культурной политики.
2. Программный метод реализации культурной политики.
3. Организационно-управленческий механизм обеспечения единства целевых ориентиров в связях (внутриотраслевых и межотраслевых, а также территориями) в процессе реализации культурной политики. Проблемы в формировании и осуществлении культурной политики.



Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа дисциплины		

### **Тема 8. Роль упаковки в брендинге. Брендинг в местах продаж**

*Форма проведения – интерактивный семинар, круглый стол с презентациями докладов*

### **Тема 9. Методы визуализации бренда. Правила построения наглядных презентаций. Принципы создания кликабельного контента в социальных сетях.**

*Форма проведения – интерактивный семинар, круглый стол с презентациями докладов*

## **7. ЛАБОРАТОРНЫЕ РАБОТЫ (ЛАБОРАТОРНЫЙ ПРАКТИКУМ)**


Данный вид работы не предусмотрен УП

## **8. ТЕМАТИКА КУРСОВЫХ, КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ, РЕФЕРАТОВ**

Данный вид работы не предусмотрен УП

## **9. ВОПРОСЫ К ЗАЧЕТУ**

1. Бренд-менеджмент как специфическая функция современного управления: методы и принципы управления брендами.
2. Брендинг в системе стратегического управления: основные стадии и этапы, их характеристика.
3. Современные тенденции брендинга: особенности развития брендов на мировом рынке.
4. Развитие брендинга в России: этапы и факторы, направления и тенденции.
5. Определения бренда. Соотношение понятий «бренд», «торговая марка», «товарный знак».
6. Классификация брендов: критерии классификации и виды брендов.
7. Преимущества и недостатки брендов для их владельцев и потребителей.
8. Идентификаторы бренда. Правовая защита идентификаторов бренда
9. Разработка имени бренда: основные принципы и методы.
10. Разработка визуальной идентичности бренда.
11. Разработка идентичности бренда по Д.Аакеру.
12. Тестирование элементов идентичности бренда на целевой аудитории.
13. Описание основных атрибутов бренда.
14. Создание анатомии бренда.
15. В чем заключается сущность бренда? Разработка сущности бренда
16. Создание выгод бренда. Отношение бренда с потребителем.
17. Создание и разработка бренда от идеи до выхода на рынок.
18. Создание и построение модели бренда. Виды моделей «колеса бренда».
19. Создание концепции бренда и концепции продукта.
20. Концепция позиционирования. Формула позиционирования.
21. Позиционирование бренда: стратегии и виды, составляющие позиции бренда.
22. Принципы позиционирования брендов.
23. Методы измерения степени приверженности к бренду.
24. Изучение развития бренда на рынке: модели и методы экономического прогнозирования.
25. Создание архитектуры бренда.
26. Основные стратегии (уровни) брендинга. Корпоративные бренды. Дом брендов. Брендный дом.
27. Стратегическое расширение брендов. Достоинства и недостатки расширения бренда.
28. Стратегическое развитие портфеля брендов: принципы и стратегические направления. Ценовой фактор в стратегическом расширении брендов.
29. Формирование структуры брендowego портфеля: разработка архитектуры брендов, развитие суббрендов.


Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа дисциплины		

30. Оптимизация портфеля брендов.
31. Анализ стратегических возможностей брендов: стратегические роли брендов в портфеле.
32. Разработка коммуникационной стратегии бренда.
33. Интегрированные бренд-коммуникации: понятие, принципы реализации.
34. PR-продвижение бренда
35. Рекламные коммуникации по продвижению бренда.
36. Мероприятия и коммуникации бренда: планирование и контроль.
37. Стимулирование продаж и прямой маркетинг в формировании лояльности к брендам: принципы, методы и формы. Развитие программ лояльности.
38. Развитие имиджа бренда методами рекламы и PR: основные инструменты, их виды и особенности.
39. Оценка эффективности марочных коммуникаций при продвижении бренда
40. Активы бренда, их состав и структура.
41. Капитал бренда, основные источники и элементы марочного капитала.
42. Оценка стоимости брендов: основные методы и их характеристика.
43. Методология оценки стоимости бренда компании Interbrand
44. Методология оценки стоимости бренда компании Brand Finance.
45. Аудит бренда.
46. Понятие «ребрендинг», факторы репозиционирования и возможные направления ребрендинга.
47. Классификация методов визуализации. Методы представления данных: табличные и графические.
48. Таблицы: правила оформления наглядных таблиц.
49. Графические методы: графики; диаграммы сравнения; диаграммы визуализации процесса; иллюстрации и картинки; деревья и структурные диаграммы; карты и картограммы.
50. Визуальные аллегории. Мифы визуализации. Основные ошибки и заблуждения при построении графиков и диаграмм.
51. Правила создания презентации, гайда, кликабельного контента в социальных сетях.


## 10. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА СТУДЕНТОВ

Форма обучения: **очная**

Название разделов и тем	Вид самостоятельной работы ( <i>проработка учебного материала, решение задач, реферат, доклад, контрольная работа, подготовка к сдаче зачета, экзамена и др.</i> )	Объем в часах	Форма контроля ( <i>проверка решения задач, реферата и др.</i> )
1. Теоретические основы брендинга	Проработка учебного материала, подготовка к зачету	4	Устный опрос, тестирование
2. Возникновение и развитие брендинга	Проработка учебного материала, подготовка к зачету	4	Устный опрос, тестирование
3. Теоретические основы брендинга. Содержание понятия «бренд», понятие «ДНК бренда»	Проработка учебного материала, подготовка к зачету	4	Устный опрос, тестирование
4. Экономическая и правовая среда бренда	Проработка учебного материала,	4	Устный опрос,

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа дисциплины		

	подготовка к зачету		тестирование
5. Социально-культурная среда бренда Концепция бренд-менеджмента	Проработка учебного материала, подготовка к зачету	4	Устный опрос, тестирование
6. Фирменный стиль как составная часть брендинга. Система управления брендами	Проработка учебного материала, подготовка к зачету	4	Устный опрос, тестирование
7. Разработка бренда. Система управления брендами. Принципы разработки атрибутов бренда	Проработка учебного материала, подготовка к зачету	4	Устный опрос, тестирование
8. Роль упаковки в брендинге. Брендинг в местах продаж	Проработка учебного материала, подготовка к зачету	4	
9. Методы визуализации бренда. Правила построения наглядных презентаций. Принципы создания кликабельного контента в социальных сетях.	Проработка учебного материала, подготовка к зачету	8	

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа дисциплины		

## 11. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### а) Список рекомендуемой литературы

#### основная:

1. Семенова, Л. М. Профессиональный имиджбилдинг на рынке труда : учебник и практикум для вузов / Л. М. Семенова. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 243 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11387-7. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/456361>

2. Митин Сергей Николаевич. Имидж специалиста гуманитарной сферы : учеб. пособие по курсу лекций "Имиджология" / Митин Сергей Николаевич, Т. С. Митина; УлГУ, ФГНиСТ. - Ульяновск : УлГУ, 2014. - Имеется печ. аналог. - Электрон. текстовые дан. (1 файл : 733 Кб). - Текст : электронный.- URL: <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Download/MObject/463>

3. Семенова, Л. М. Имиджмейкинг : учебник и практикум для вузов / Л. М. Семенова. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 141 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11004-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/456584>

#### дополнительная:

1. Хакамада И., В предвкушении себя: От имиджа к стилю / Хакамада И. - М. : Альпина Паблишер, 2016. - 234 с. - ISBN 978-5-9614-5356-0 - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785961453560.html>

3. Шарков Ф.И., Корпоративная имиджология : Монография / Шарков Ф.И., Потапчук В.А., Давыдов Д.Г. - М.: Академический Проект, 2020. - 176 с. - ISBN 978-5-8291-2930-9 - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785829129309.html>

4. Головлева, Е. Л. Брендинг и брендменеджмент : учебное пособие и учебно-методические рекомендации / Е. Л. Головлева, Н. Н. Грибок, Р. Т. Мухаев. — Москва : Московский гуманитарный университет, 2015. — 175 с. — ISBN 978-5-906768-55-1. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/74708.html>


5. Белобрагин, В. В. Психология брендинга : учебно-методическое пособие / В. В. Белобрагин. — Москва : Научный консультант, 2018. — 72 с. — ISBN 978-5-6040635-4-5. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/80797.html>

#### учебно-методическая:

Краева А. Г. Основы брендинга и визуализации бренда : учебно-методические рекомендации для самостоятельной работы студентов направления подготовки 51.03.01 Культурология, профиль Менеджмент культуры / А. Г. Краева. - Ульяновск : УлГУ, 2021. - 18 с. - Неопубликованный ресурс. - URL: <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Download/MObject/11307>. - Режим доступа: ЭБС УлГУ. - Текст : электронный

Согласовано:

*Л. И. Рубинская* *И. И. Мухоморова* *И. И. Мухоморова* 129 мая 2020  
сотрудник научной библиотеки ФИО подпись дата

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа дисциплины		

## б) Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы

### 1. Электронно-библиотечные системы:

1.1. IPRbooks : электронно-библиотечная система : сайт / группа компаний Ай Пи Ар Медиа. - Саратов, [2020]. – URL: <http://www.iprbookshop.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

1.2. ЮРАЙТ : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Электронное издательство ЮРАЙТ. – Москва, [2020]. - URL: <https://www.biblio-online.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

1.3. Консультант студента : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Политехресурс. – Москва, [2020]. – URL: [http://www.studentlibrary.ru/catalogue/switch\\_kit/x2019-128.html](http://www.studentlibrary.ru/catalogue/switch_kit/x2019-128.html). – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

2. КонсультантПлюс [Электронный ресурс]: справочная правовая система. /ООО «Консультант Плюс» - Электрон. дан. - Москва : КонсультантПлюс, [2020].

### 3. Базы данных периодических изданий:

3.1. База данных периодических изданий : электронные журналы / ООО ИВИС. - Москва, [2020]. – URL: <https://dlib.eastview.com/browse/udb/12>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Текст : электронный.

3.2. eLIBRARY.RU: научная электронная библиотека : сайт / ООО Научная Электронная Библиотека. – Москва, [2020]. – URL: <http://elibrary.ru>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Текст : электронный

4. Национальная электронная библиотека : электронная библиотека : федеральная государственная информационная система : сайт / Министерство культуры РФ ; РГБ. – Москва, [2020]. – URL:<http://www.studentlibrary.ru/pages/catalogue.html> <https://нэб.рф>. – Режим доступа : для пользователей научной библиотеки. – Текст : электронный.

5. [SMART Imagebase](https://ebsco.smartimagebase.com/?TOKEN=EBSCO-1a2ff8c55aa76d8229047223a7d6dc9c&custid=s6895741) // EBSCOhost : [портал]. – URL: <https://ebsco.smartimagebase.com/?TOKEN=EBSCO-1a2ff8c55aa76d8229047223a7d6dc9c&custid=s6895741>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Изображение : электронные.

### 6. Федеральные информационно-образовательные порталы:

6.1. [Единое окно доступа к образовательным ресурсам](http://window.edu.ru/) : федеральный портал / учредитель ФГАОУ ДПО ЦРГОП и ИТ. – URL: <http://window.edu.ru/>. – Текст : электронный.

6.2. [Российское образование](http://www.edu.ru) : федеральный портал / учредитель ФГАОУ ДПО ЦРГОП и ИТ. – URL: <http://www.edu.ru>. – Текст : электронный.


### 7. Образовательные ресурсы УлГУ:

7.1. Электронная библиотека УлГУ : модуль АБИС Мега-ПРО / ООО «Дата Экспресс». – URL: <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Web>. – Режим доступа : для пользователей научной библиотеки. – Текст : электронный.

7.2. Образовательный портал УлГУ. – URL: <http://edu.ulsu.ru>. – Режим доступа : для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

Согласовано:

*зам. нач. УИТиТФИО* | *Ключкова АВ* | *25.05.2021*  
 Должность сотрудника УИТиТФИО      ФИО      подпись      дата

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа дисциплины		

## 12. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Учебная аудитория № 38 для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации (с набором демонстрационного оборудования для обеспечения предоставления иллюстративного материала в соответствии с рабочей программой дисциплины, доступом к ЭБС). Помещение укомплектовано комплектом ученической мебели на 49 посадочных мест. № по техпаспорту – 2, метраж – 49,6; Технические средства: 1. компьютер, 2. проектор 3. экран настенный 4. доска аудиторная, 5. WI-FI, доступ к Internet.	Ульяновская область, г. Ульяновск, ул. Набережная реки Свияги, д. 106 (корпус 2) Помещение № 2
Учебная аудитория 20б для проведения занятий лекционного и семинарского типа, промежуточного и текущего контроля, индивидуальных занятий. Помещение имеет площадь в 37,9 кв.м.. Укомплектовано: стол – 19 шт., стулья – 37 шт., 3-элементная доска – 1 шт. Технические средства: Доска ученическая, учебно-наглядные пособия, WI-FI	Ульяновская область, г. Ульяновск, ул. Набережная реки Свияги, д. 106 (корпус 2) Помещение № 40
Библиографический отдел научной библиотеки (аудитория 224Б) с зоной для самостоятельной работы, Wi-Fi с доступом к ЭИОС, ЭБС. Аудитория укомплектована специализированной мебелью на 7 посадочных места и оснащена компьютерной техникой с доступом к сети «Интернет», ЭИОС, ЭБС. Площадь 53,88 кв.м.	Ульяновская область, г. Ульяновск, ул. Набережная реки Свияги, д. 106 (корпус 1) Помещение № 119

## 13. СПЕЦИАЛЬНЫЕ УСЛОВИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

В случае необходимости, обучающимся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья (по заявлению обучающегося) могут предлагаться одни из следующих вариантов восприятия информации с учетом их индивидуальных психофизических особенностей:

– для лиц с нарушениями зрения: в печатной форме увеличенным шрифтом; в форме электронного документа; в форме аудиофайла (перевод учебных материалов в аудиоформат); в печатной форме на языке Брайля; индивидуальные консультации с привлечением тифлосурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации;

– для лиц с нарушениями слуха: в печатной форме; в форме электронного документа; видеоматериалы с субтитрами; индивидуальные консультации с привлечением сурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации;

– для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в печатной форме; в форме электронного документа; в форме аудиофайла; индивидуальные задания и консультации.

В случае необходимости использования в учебном процессе частично/исключительно дистанционных образовательных технологий, организация работы ППС с обучающимися с ОВЗ и инвалидами предусматривается в электронной информационно-образовательной среде с учетом их индивидуальных психофизических особенностей.


Разработчик





канд. филос.наук, доцент

А.Г. Краева




Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа дисциплины		

### ЛИСТ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Содержание изменения или ссылка на прилагаемый текст изменения	ФИО заведующего кафедрой, реализующей дисциплину/выпускающей кафедрой	Подпись	Дата
1	Внесение изменений в п/п а) Список рекомендуемой литературы п. 11 «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины» с оформлением приложения 1	Магомедов А.К.		10.05.2022
2	Внесение изменений в п/п в) Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы п. 11 «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины» с оформлением приложения 2	Магомедов А.К.		10.05.2022



Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа дисциплины		

**Приложение 1**

**УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ  
ДИСЦИПЛИНЫ «Основы брендинга и визуализация бренда»**

**а) Список рекомендуемой литературы**

**основная:**

1. Семенова, Л. М. Профессиональный имиджбилдинг на рынке труда : учебник и практикум для вузов / Л. М. Семенова. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 243 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11387-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/495068> (дата обращения: 24.11.2022).

2. Митин Сергей Николаевич. Имидж специалиста гуманитарной сферы : учеб. пособие по курсу лекций "Имиджелогия" / Митин Сергей Николаевич, Т. С. Митина; УлГУ, ФГНиСТ. - Ульяновск : УлГУ, 2014. - Имеется печ. аналог. - Электрон. текстовые дан. (1 файл : 733 Кб). - Текст : электронный.- URL: <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Download/MObject/463>

3. Тульчинский Григорий Львович. Бренд-менеджмент. Брендинг и работа с персоналом : Учебное пособие для вузов / Тульчинский Григорий Львович, Терентьева Валерия Игоревна; Тульчинский Г. Л., Терентьева В. И. - 2-е изд. ; испр. и доп. - Москва : Юрайт, 2022. - 255 с. - (Высшее образование). - URL: <https://urait.ru/bcode/491979> (дата обращения: 24.01.2022). - Режим доступа: Электронно-библиотечная система Юрайт, для авториз. пользователей. - Электрон. дан. - ISBN 978-5-534-05503-0 : 829.00. <https://urait.ru/book/cover/57E3AA1D-B7B8-4B54-8D87-80859D83BF9E>

**дополнительная:**

1. Семенова, Л. М. Имиджмейкинг : учебник и практикум для вузов / Л. М. Семенова. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 141 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11004-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/495294> (дата обращения: 24.11.2022). 1. Хакамада И., В предвкушении себя: От имиджа к стилю / Хакамада И. - М. : Альпина Паблишер, 2016. - 234 с. - ISBN 978-5-9614-5356-0 - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785961453560.html>

2. Шарков Ф.И., Корпоративная имиджелогия : Монография / Шарков Ф.И., Потапчук В.А., Давыдов Д.Г. - М.: Академический Проект, 2020. - 176 с. - ISBN 978-5-8291-2930-9 - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785829129309.html>

3. Годин, А. М. Брендинг : учебное пособие / А. М. Годин. — Москва : Дашков и К, 2016. — 184 с. — ISBN 978-5-394-02629-4. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/60692.html> (дата обращения: 24.11.2022). — Режим доступа: для авторизир. пользователей


**учебно-методическая:**

Краева А. Г. Основы брендинга и визуализации бренда : учебно-методические рекомендации для самостоятельной работы студентов направления подготовки 51.03.01 Культурология, профиль Менеджмент культуры / А. Г. Краева. - Ульяновск : УлГУ, 2021. - 18 с. - Неопубликованный ресурс. - URL: <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Download/MObject/11307>. - Режим доступа: ЭБС УлГУ. - Текст : электронный

Согласовано:

  
Должность сотрудника научной библиотеки

  
ФИО \_\_\_\_\_ ПОДПИСЬ \_\_\_\_\_ ДАТА \_\_\_\_\_

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа дисциплины		

## Приложение 2

### б) Программное обеспечение

СПС Консультант Плюс  
Система «Антиплагиат.ВУЗ»  
Microsoft Office 2016 или «Мой офис стандартный»  
ОС Microsoft Windows  
Антивирус Dr.Web

### в) Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы

#### 1. Электронно-библиотечные системы:

- 1.1. Цифровой образовательный ресурс IPRsmart : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Компания «Ай Пи Ар Медиа». - Саратов, [2022]. – URL: <http://www.iprbookshop.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.
- 1.2. Образовательная платформа ЮРАЙТ : образовательный ресурс, электронная библиотека : сайт / ООО Электронное издательство ЮРАЙТ. – Москва, [2022]. - URL: <https://urait.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.
- 1.3. База данных «Электронная библиотека технического ВУЗа (ЭБС «Консультант студента») : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Политехресурс. – Москва, [2022]. – URL: <https://www.studentlibrary.ru/cgi-bin/mb4x>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.
- 1.4. Консультант врача. Электронная медицинская библиотека : база данных : сайт / ООО Высшая школа организации и управления здравоохранением-Комплексный медицинский консалтинг. – Москва, [2022]. – URL: <https://www.rosmedlib.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.
- 1.5. Большая медицинская библиотека : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Букап. – Томск, [2022]. – URL: <https://www.books-up.ru/ru/library/>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.
- 1.6. ЭБС Лань : электронно-библиотечная система : сайт / ООО ЭБС Лань. – Санкт-Петербург, [2022]. – URL: <https://e.lanbook.com>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.
- 1.7. ЭБС Znanium.com : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Знаниум. - Москва, [2022]. - URL: <http://znanium.com>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.
- 1.8. Clinical Collection : научно-информационная база данных EBSCO // EBSCOhost : [портал]. – URL: <http://web.b.ebscohost.com/ehost/search/advanced?vid=1&sid=9f57a3e1-1191-414b-8763-e97828f97e1%40sessionmgr102>. – Режим доступа: для авториз. пользователей. – Текст : электронный.
- 1.9. База данных «Русский как иностранный» : электронно-образовательный ресурс для иностранных студентов : сайт / ООО Компания «Ай Пи Ар Медиа». – Саратов, [2022]. – URL: <https://ros-edu.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.
2. КонсультантПлюс [Электронный ресурс]: справочная правовая система. /ООО «Консультант Плюс» - Электрон. дан. - Москва : КонсультантПлюс, [2022].
3. Базы данных периодических изданий:
  - 3.1. База данных периодических изданий EastView : электронные журналы / ООО ИВИС. - Москва, [2022]. – URL: <https://dlib.eastview.com/browse/udb/12>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Текст : электронный.
  - 3.2. eLIBRARY.RU: научная электронная библиотека : сайт / ООО Научная Электронная Библиотека. – Москва, [2022]. – URL: <http://elibrary.ru>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Текст : электронный
  - 3.3. Электронная библиотека «Издательского дома «Гребенников» (Grebinnikon) : электронная библиотека / ООО ИД Гребенников. – Москва, [2022]. – URL: <https://id2.action-media.ru/Personal/Products>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Текст : электронный.
4. Федеральная государственная информационная система «Национальная электронная библиотека» : электронная библиотека : сайт / ФГБУ РГБ. – Москва, [2022]. – URL: <https://нэб.рф>. – Режим доступа : для пользователей научной библиотеки. – Текст : электронный.
5. SMART Imagebase : научно-информационная база данных EBSCO // EBSCOhost : [портал]. – URL: <https://ebSCO.smartimagebase.com/?TOKEN=EBSCO-1a2ff8c55aa76d8229047223a7d6dc9c&custid=s6895741>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Изображение : электронные.
6. Федеральные информационно-образовательные порталы:
  - 6.1. Единое окно доступа к образовательным ресурсам : федеральный портал . – URL: <http://window.edu.ru/>. – Текст : электронный.
  - 6.2. Российское образование : федеральный портал / учредитель ФГАУ «ФИЦТО». – URL: <http://www.edu.ru>. – Текст : электронный.
7. Образовательные ресурсы УлГУ:
  - 7.1. Электронная библиотечная система УлГУ : модуль «Электронная библиотека» АБИС Mega-ПРО / ООО «Дата Экспресс». – URL: <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Web>. – Режим доступа : для пользователей научной библиотеки. – Текст : электронный.

Зам. начальника УИТТ



А.В. Ключкова

22.04.2022