

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Максимов Алексей Борисович
Должность: директор департамента по образовательной политике
Дата подписания: 25.09.2023 14:07:16
Уникальный программный ключ:
8db180d1a3f02ac05b347711075c1f8c16

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования**

«МОСКОВСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ
Декан факультета экономики и управления
/А.А. Ефремов/
«26 сентября» 2019 г.



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ *

«Бренд-менеджмент в системе регионального управления»

Направление подготовки
38.03.04 Государственное и муниципальное управление

профиль:

«Государственное и муниципальное управление»

Квалификация (степень) выпускника

Бакалавр

Форма обучения

Очная, заочная

Москва 2019 г.

1. Цели освоения дисциплины

Целями освоения дисциплины «Бренд-менеджмент в системе регионального управления» является формирование компетенций при освоении теоретических знаний и профессиональных навыков в области управления брендом предприятия в условиях высоко конкурентного рынка и обосновании выбора объективных стратегических государственных управленческих решений в их будущей работе.

Задачи курса:

- 1) знаний специальной терминологии дисциплины, нормативно-правового регулирования в сфере товарных знаков и брендинга, методов разработки и выведения нового бренда на рынок, об управлении существующим брендом,
- 2) навыков применения методов и средств управления брендами, оценки стоимости бренда;
- 3) умений искать пути повышения эффективности управления конкурентоспособностью организации за счет брендинга..

Курс «Государственное регулирование инновационной деятельности» должен помочь студентам и в их будущей работе, и в выработке собственной гражданской и профессиональной позиции.

2. Место дисциплины в структуре ООП

2.1. Учебная дисциплина «Бренд-менеджмент в системе регионального управления» относится к дисциплинам по выбору ООП по направлению подготовки 38.03.04 - Государственное и муниципальное управление.

2.2. Для изучения данной учебной дисциплины необходимы следующие знания, умения и навыки, формируемые предшествующими дисциплинами:

«Основы государственного и муниципального управления», «Государственные и муниципальные финансы», «Основы маркетинга».

2.3. Перечень последующих учебных дисциплин, для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые данной учебной дисциплиной:

Без теоретических знаний и практических навыков, усвоенных при изучении тем данного курса невозможно понимание и использование на практике инструментария таких дисциплин как «Государственное и муниципальное управление», «Управление государственной и муниципальной собственностью», «Принятие и исполнение государственных услуг» и «Управление государственными муниципальным заказом»

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

В результате освоения дисциплины (модуля) у обучающихся формируются следующие компетенции и должны быть достигнуты следующие результаты обучения как этап формирования соответствующих компетенций:

Код компетенции	В результате освоения образовательной программы обучающийся должен обладать	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
ПК-11	<p>-владением основными технологиями формирования и продвижения имиджа государственной и муниципальной службы, базовыми технологиями формирования общественного мнения;</p>	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> -сущность системы инновационного управления, его объекта и условий в которых он функционирует, содержания и особенностей его функций, социально-психологических проблем, о формах и методах обеспечения эффективного управления инновационным предприятием; -современные концепции и принципы инновационного управления, его основные эффективные методы; -совокупность основных характеристик и аналитических показателей различных факторов инновационной деятельности объектов инвестирования; <p>владеть методами:</p> <ul style="list-style-type: none"> -выявления социальных и психологических факторов, определяющих эффективность взаимодействия государственной системы управления и связующих процессов инновационного менеджмента; -выявления социальных и психологических факторов, определяющих эффективность взаимодействия государственной системы управления и связующих процессов инновационного менеджмента; -проведения операций дисконтирования и наращивания.
ПК-13	<p>-способностью использовать современные методы управления проектом, направленные на своевременное получение качественных результатов, определение рисков, эффективное управление ресурсами, готовностью к его реализации с использованием современных инновационных технологий;</p>	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - способы и методы государственного участия в реализации государственной инновационной политики; - сущность государственной инновационной политики <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - выявлять, а также научно обосновывать перспективы дальнейшего роста инновационного потенциала территории (региона). - применять количественные и качественные методы анализа при принятии инвестиционных решений в процессе реализации инновационной политики; - оценивать реальные события и финансово-экономические отношения, возникающие в процессе реализации инновационной политики; - оценивать влияние инвестиционных решений и решений по финансированию на рост инвестиционной

		<p>привлекательности территорий и объектов инвестирования.</p> <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - методами расчета показателей инвестиционного климата территорий и регионов, - методами расчетов показателей управления конкретными инновационными процессами и системы государственного контроля за инновационной деятельностью предприятий (организаций).
--	--	---

4. Структура и содержание дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость дисциплины по заочной форме составляет 3 зачетных единиц, 108 часа (из них 12 - аудиторные и 96 - самостоятельного изучения на заочной форме обучения). Форма контроля зачет.

4.1. Содержание учебной дисциплины (Приложение 1).

4.1.1. Содержание разделов учебной дисциплины

Тема 1. Эволюция концепций «торговая марка» и «бренд»

История развития брендинга. Взаимо- связь и различия понятий о бренде и торговой марке. Срок жизни бренда. Основные понятия бренд-менеджмента.

Тема 2. Типология и основные принципы брендинга

Место бренда в фирменном стиле. Классификация бренда. Принципы работы с брендом

Тема 3. Способы создания торговой марки. Популярность брендов

Процесс создания бренда. Создание имиджа организации. Архитектура брендинга. Создание системы приверженности потребителей к бренду.

Тема 4. Процесс формирования стратегии управления активами бренда

Брендинг как перспективное направление рекламной деятельности. Управление активами бренда..

Тема 5. Оценка стоимости и лояльности потребителей к бренду

Методы и этапы оценки стоимости и лояльности потребителей к бренду..

Тема 6. Бренд-менеджер и составление бренд-плана

Специфика работы бренд-менеджера. Этапы и технология создания бренд- плана. Основные разделы и реализация..

Тема 7. Мировые бренды, ставшие именами нарицательными

Мировой опыт брендинга. Опыт и тенденции европейского и американского брендинга. Особенности брендинга в Японии. Опыт, проблемы и перспективы брендинга в России..

Тема 8. Защита бренда

Нормативно-правовая база работы с товарными знаками. Реализация мероприятий по защите бренда..

5. Образовательные технологии

- традиционная и проблемная лекция, мультимедийная презентация, мастер классы;
- структурно-логические схемы и логический словарь;
- проведение семинаров, в т.ч. групповые доклады с использованием мультимедийной презентации; коллективное обсуждение (групповая дискуссия);

- использование на практических занятиях деловых игр;
- Задачи, упражнения на графическое моделирование, задания по подбору и анализу статистического и фактического материала, тесты;
- написание докладов и рефератов;
- электронные учебники (тексты лекций, задачи, тесты);
- встречи с представителями российских компаний, государственных организаций, мастер-класс специалистов.

6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов

В результате освоения дисциплины (модуля) формируются следующие компетенции:

Код компетенции	В результате освоения образовательной программы обучающийся должен обладать
ПК-11	-владением основными технологиями формирования и продвижения имиджа государственной и муниципальной службы, базовыми технологиями формирования общественного мнения;
ПК-13	-способностью использовать современные методы управления проектом, направленные на своевременное получение качественных результатов, определение рисков, эффективное управление ресурсами, готовностью к его реализации с использованием современных инновационных технологий;

В процессе освоения образовательной программы данные компетенции, в том числе их отдельные компоненты, формируются поэтапно, в ходе освоения обучающимися дисциплины, в соответствии с учебным планом и календарным графиком учебного процесса.

6.1.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций, формируемых по итогам освоения дисциплины, описание шкал оценивания

Показателем оценивания компетенций на различных этапах их формирования является достижение обучающимися планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю).

Показатель	Критерии оценивания			
	2	3	4	5
(ПК-11) - владением основными технологиями формирования и продвижения имиджа государственной и муниципальной службы, базовыми технологиями формирования общественного мнения.				
знать: правовые и нравственно-этические нормы в сфере профессиональной деятельности; принципы и ценности современной административной этики; правила предупреждения	Обучающийся демонстрирует полное отсутствие или недостаточное соответствие следующих знаний: правовые и нравственно-этические нормы в сфере профессиональной деятельности;	Обучающийся демонстрирует неполное соответствие следующих знаний: правовые и нравственно-этические нормы в сфере проф. деятельности; принципы и ценности	Обучающийся демонстрирует частичное соответствие следующих знаний: правовые и нравственно-этические нормы в сфере профессиональной деятельности; принципы и	Обучающийся демонстрирует полное соответствие следующих знаний: правовые и нравственно-этические нормы в сфере профессиональной

<p>конфликта интересов на государственной и муниципальной службе; принципы и правила служебных отношений и служебного поведения.</p>	<p>принципы и ценности современной административной этики; правила предупреждения конфликта интересов на государственной и муниципальной службе; принципы и правила служебных отношений и служебного поведения.</p>	<p>современной административной этики; правила предупреждения конфликта интересов на гос. и мун. службе; принципы и правила служебных отношений и служебного поведения. Допускаются значительные ошибки, проявляется недостаточность знаний, по ряду показателей, обучающийся испытывает значительные затруднения при оперировании знаниями при их переносе на новые ситуации.</p>	<p>ценности современной административной этики; правила предупреждения конфликта интересов на государственной и муниципальной службе; принципы и правила служебных отношений и служебного поведения, но допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения при аналитических операциях.</p>	<p>деятельности; принципы и ценности современной административной этики; правила предупреждения конфликта интересов на государственной и муниципальной службе; принципы и правила служебных отношений и служебного поведения, свободно оперирует приобретенными знаниями.</p>
<p>уметь: принимать участие в разработке корпоративных, конкурентных и функциональных стратегий развития организации в части управления этическим поведением служащих; использовать полученные знания в конкретных ситуациях морального выбора в управленческой (служебной) практике; диагностировать этические проблемы и применять основные модели принятия этических управленческих решений.</p>	<p>Обучающийся не умеет или в недостаточной степени умеет принимать участие в разработке корпоративных, конкурентных и функциональных стратегий развития организации в части управления этическим поведением служащих; использовать полученные знания в конкретных ситуациях морального выбора в управленческой (служебной) практике; диагностировать этические проблемы и применять основные модели</p>	<p>Обучающийся демонстрирует неполное соответствие следующих умений: принимать участие в разработке корпоративных, конкурентных и функциональных стратегий развития организации в части управления этическим поведением служащих; использовать полученные знания в конкретных ситуациях в управленческой практике; диагностировать этические проблемы и применять основные модели</p>	<p>Обучающийся демонстрирует частичное соответствие следующих умений: принимать участие в разработке корпоративных, конкурентных и функциональных стратегий развития организации в части управления этическим поведением служащих; использовать полученные знания в конкретных ситуациях в управленческой практике; диагностировать этические проблемы и применять основные модели</p>	<p>Обучающийся демонстрирует полное соответствие следующих умений: принимать участие в разработке корпоративных, конкурентных и функциональных стратегий развития организации в части управления этическим поведением служащих; использовать полученные знания в конкретных ситуациях в управленческой</p>

	<p>принятия этических управленческих решений.</p>	<p>управленческих решений. Допускаются значительные ошибки, проявляется недостаточность умений, по ряду показателей, обучающийся испытывает значительные затруднения при оперировании умениями при их переносе на новые ситуации.</p>	<p>управленческих решений. Умения освоены, но допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения при аналитических операциях, переносе умений на новые, нестандартные ситуации.</p>	<p>диагностировать этические проблемы и применять основные модели принятия этических управленческих решений. Свободно оперирует приобретенными умениями, применяет их в ситуациях повышенной сложности.</p>
<p>владеть: методами разработки и реализации стратегий управления этическим поведением служащих; навыками работы с этическим законодательством в системе государственной и муниципальной службы; навыками анализа, предупреждения и разрешения ситуаций, могущих привести к конфликту интересов на государственной и муниципальной службе; навыками разрешения конфликта интересов с позиций социальной ответственности; навыками анализа и эффективного применения передового отечественного и зарубежного опыта в сфере регулирования конфликта интересов.</p>	<p>Обучающийся не владеет или в недостаточной степени владеет методами разработки и реализации стратегий управления этическим поведением служащих; навыками работы с этическим законодательством в системе государственной и муниципальной службы; навыками анализа, предупреждения и разрешения ситуаций, могущих привести к конфликту интересов на государственной и муниципальной службе; навыками разрешения конфликта интересов с позиций социальной ответственности; навыками анализа и эффективного применения передового отечественного и зарубежного опыта в сфере регулирования конфликта интересов</p>	<p>Обучающийся владеет методами проведения переговоров, организации публичных выступлений; методами разработки и реализации стратегий управления этическим поведением служащих; навыками работы с этическим законодательством в системе государственной и муниципальной службы; навыками работы с этическим законодательством в системе гос и мун. службы; навыками анализа, предупреждения и разрешения ситуаций, могущих привести к конфликту интересов на гос. и мун. службе; навыками разрешения конфликта интересов с позиций соц. ответственности; навыками эффективного применения передового опыта в сфере регулирования конфликта интересов. Допускаются значительные ошибки, проявляется недостаточность</p>	<p>Обучающийся частично владеет методами разработки и реализации стратегий управления этическим поведением служащих; навыками работы с этическим законодательством в системе государственной и муниципальной службы; навыками анализа, предупреждения и разрешения ситуаций, могущих привести к конфликту интересов на государственной и муниципальной службе; навыками разрешения конфликта интересов с позиций социальной ответственности; навыками анализа и эффективного применения передового отечественного и зарубежного опыта в сфере регулирования конфликта интересов, но допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения при</p>	<p>Обучающийся в полном объеме владеет методами разработки и реализации стратегий управления этическим поведением служащих; навыками работы с этическим законодательством в системе государственной и муниципальной службы; навыками разрешения ситуаций, могущих привести к конфликту интересов на гос. и мун. службе; навыками разрешения конфликта интересов с позиций социальной ответственности; навыками анализа и эффективного применения передового</p>

		<p>владения навыками по ряду показателей, Обучающийся испытывает значительные затруднения при применении навыков в новых ситуациях.</p>	<p>аналитических операциях, переносе умений на новые, нестандартные ситуации.</p>	<p>опыта в сфере регулирования конфликта интересов, свободно применяет полученные навыки в ситуациях повышенной сложности.</p>
<p>(ПК-13 способностью использовать современные методы управления проектом, направленные на своевременное получение качественных результатов, определение рисков, эффективное управление ресурсами, готовностью к его реализации с использованием современных инновационных технологий</p>				
<p>знать: способы и методы государственного участия в реализации государственной инновационной политики; сущность государственной инновационной политики</p>	<p>Обучающийся демонстрирует полное отсутствие или недостаточное соответствие следующих знаний: способы и методы государственного участия в реализации государственной инновационной политики; сущность государственной инновационной политики</p>	<p>Обучающийся демонстрирует неполное соответствие следующих знаний: способы и методы государственного участия в реализации государственной инновационной политики; сущность государственной инновационной политики. Допускаются значительные ошибки, проявляется недостаточность знаний, по ряду показателей, обучающийся испытывает значительные затруднения при оперировании знаниями при переносе на новые ситуации.</p>	<p>Обучающийся демонстрирует частичное соответствие следующих знаний: способы и методы государственного участия в реализации государственной инновационной политики; сущность государственной инновационной политики, но допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения при аналитических операциях.</p>	<p>Обучающийся демонстрирует полное соответствие следующих знаний: способы и методы государственного участия в реализации государственной инновационной политики; сущность государственной инновационной политики, свободно оперирует приобретенными знаниями.</p>
<p>уметь: выявлять, а также научно обосновывать перспективы</p>	<p>Обучающийся не умеет или в недостаточной степени умеет</p>	<p>Обучающийся демонстрирует неполное соответствие</p>	<p>Обучающийся демонстрирует частичное соответствие</p>	<p>Обучающийся демонстрирует полное соответствие</p>

<p>дальнейшего роста инновационного потенциала территории, применять количественные и качественные методы анализа при принятии инвестиционных решений; оценивать реальные события и финансово-экономические отношения, возникающие в процессе реализации инновационной политики; оценивать влияние инвестиционных решений</p>	<p>выявлять, а также научно обосновывать перспективы дальнейшего роста инновационного потенциала территории, применять количественные и качественные методы анализа при принятии инвестиционных решений; оценивать реальные события и финансово-экономические отношения, возникающие в процессе реализации инновационной политики; оценивать влияние инвестиционных решений.</p>	<p>следующих умений: выявлять, а также научно обосновывать перспективы дальнейшего роста инновационного потенциала территории применять количественные и качественные методы анализа при принятии инвестиционных решений; оценивать реальные события и финансово-экономические отношения, возникающие в процессе реализации инновационной политики; оценивать влияние инвестиционных решений. Допускаются ошибки, проявляется недостаточность умений, по ряду показателей, обучающийся испытывает значительные затруднения при оперировании умениями при их переносе на новые ситуации.</p>	<p>следующих умений: выявлять, а также научно обосновывать перспективы дальнейшего роста инновационного потенциала территории, применять количественные и качественные методы анализа при принятии инвестиционных решений; оценивать реальные события и финансово-экономические отношения, возникающие в процессе реализации инновационной политики; оценивать влияние инвестиционных решений. Умения освоены, но допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения при аналитических операциях, переносе умений на новые, нестандартные ситуации.</p>	<p>следующих умений: выявлять, а также научно обосновывать перспективы дальнейшего роста инновационного потенциала территории, применять количественные и качественные методы анализа при принятии инвестиционных решений; оценивать реальные события и финансово-экономические отношения, возникающие в процессе реализации инновационной политики; оценивать влияние инвестиционных решений. Свободно оперирует приобретенными умениями, применяет их в ситуациях повышенной сложности.</p>
<p>владеть: методами расчета показателей инвестиционного климата территорий и регионов, методами расчетов показателей</p>	<p>Обучающийся не владеет или в недостаточной степени владеет методами расчета показателей инвестиционного климата</p>	<p>Обучающийся владеет методами расчета показателей инвестиционного климата территории регион</p>	<p>Обучающийся частично владеет методами расчета показателей инвестиционного климата</p>	<p>Обучающийся в полном объеме владеет методами расчета показателей инвестицион</p>

управления конкретными инновационными процессами и системы государственного контроля за инновационной деятельностью предприятий (организаций).	территории регионов, методами расчета показателей управления конкретными инновационными процессами и государственного контроля за деятельностью предприятий.	ов, методами расчета показателей управления конкретными процессами и государственного контроля за деятельностью предприятий, допускаются значительные ошибки, проявляется недостаточность владения навыками по ряду показателей, Обучающийся испытывает значительные затруднения при применении навыков в новых ситуациях	территории регионов, методами расчетов показателей управления конкретными инновационными процессами и системы государственного контроля за инновационной деятельностью предприятий, допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения при аналитических операциях, переносе умений на новые, нестандартные ситуации.	ного климата территории регионов, методами расчетов показателей управления конкретными инновационными процессами и системы государственного контроля за инновационной деятельностью предприятий, свободно применяет полученные навыки в ситуациях повышенной сложности
--	--	---	---	--

Форма промежуточной аттестации: зачет.

Промежуточная аттестация обучающихся в форме зачёта проводится по результатам выполнения всех видов учебной работы, предусмотренных учебным планом по данной дисциплине (модулю), при этом учитываются результаты текущего контроля успеваемости в течение семестра. Оценка степени достижения обучающимися планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю) проводится преподавателем, ведущим занятия по дисциплине (модулю) методом экспертной оценки. По итогам промежуточной аттестации по дисциплине (модулю) выставляется оценка «зачтено» или «не зачтено». К промежуточной аттестации допускаются только студенты, выполнившие все виды учебной работы, предусмотренные рабочей программой по дисциплине «Организация информационного сопровождения в системе государственного и муниципального управления»: реферат, тестирование, участие в дискуссиях, устных опросах.

Шкала оценивания	Описание
Зачтено	Выполнены все виды учебной работы, предусмотренные учебным планом. Студент демонстрирует соответствие знаний, умений, навыков приведенным в таблицах показателей, оперирует приобретенными знаниями, умениями, навыками, применяет их в ситуациях повышенной сложности. При этом могут быть допущены незначительные ошибки, неточности, затруднения при аналитических операциях, переносе знаний и умений на новые, нестандартные ситуации.

Не зачтено	Не выполнен один или более видов учебной работы, предусмотренных учебным планом. Студент демонстрирует неполное соответствие знаний, умений, навыков приведенным в таблицах показателей, допускаются значительные ошибки, проявляется отсутствие знаний, умений, навыков по ряду показателей, студент испытывает значительные затруднения при оперировании знаниями и умениями при их переносе на новые ситуации.
------------	---

Фонды оценочных средств представлены в приложении 1 к рабочей программе.

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

Основная

Пономарёва, Е. А. Бренд-менеджмент : учебник и практикум для вузов / Е. А. Пономарёва. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 341 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9046-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511493>

Дополнительная

Домнин, В. Н. Брендинг : учебник и практикум для вузов / В. Н. Домнин. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 493 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13539-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511517>

Интернет ресурсы, информационно-справочные системы.

Офисные приложения, Microsoft Office 2013 (или ниже) - Microsoft Open License - Лицензия № 61984042 Договор № 08-05/13 от 03.06.2013, Акт приема-передачи № 385

Операционная система, Windows 7 (или ниже) - Microsoft Open License - Лицензия № 61984214, 61984216, 61984217, 61984219, 61984213, 61984218, 61984215; Договор № 08-05/13 от 03.06.2013 Акт приема-передачи №961

-<http://www.gov.ru> Сервер органов государственной власти Российской Федерации.

-<http://www.mos.ru> Официальный сервер Правительства Москвы.

-<http://www.garant.ru> ГАРАНТ Законодательство с комментариями.

-<http://www.gks.ru> Федеральная служба государственной статистики.

-<http://www.rg.ru> Российская газета.

-<http://www.rbc.ru> РБК (РосБизнесКонсалтинг).

-<http://www.mevriz.ru> Журнал «Менеджмент в России и за рубежом»

-<http://minpromtorg.gov.ru/> Министерство промышленности и торговли РФ.

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

Материально – техническая база университета обеспечивает проведение всех видов занятий, предусмотренных учебным планом и соответствует действующим санитарным и противопожарным правилам и нормам.

Для проведения учебных занятий используются:

- лекционные аудитории и аудитории для проведения практических занятий, в том числе, оснащенные мультимедийным оборудованием для проведения аудиторных занятий (проектор, ноутбук, микрофон и т.д.);

- для работы со специализированным программным обеспечением во время интерактивных практических занятий имеются компьютерные классы университета.

9. Учебно-методическое обеспечение для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Для самостоятельной работы по изучению дисциплины обучающимся необходимо пользоваться:

1. Методическими указаниями по написанию доклада, реферата.

2. Методическими указаниями по подготовке к практическим занятиям и семинарам.

9.1 Методические рекомендации по подготовке, требования к оформлению реферата

Реферат – это сокращенный пересказ содержания первичного документа (или его части) с основными фактическими сведениями и выводами.

Написание реферата практикуется в учебном процессе вуза в целях приобретения студентом необходимой профессиональной подготовки, развития умения и навыков самостоятельного научного поиска: изучения литературы по выбранной теме, анализа различных источников и точек зрения, обобщения материала, выделения главного, формулирования выводов и т. п. С помощью рефератов студент глубже постигает наиболее сложные проблемы курса, учится лаконично излагать свои мысли, правильно оформлять работу, докладывать результаты своего труда. Подготовка рефератов способствует формированию правовой культуры у будущего специалиста, закреплению у него юридических знаний, развитию умения самостоятельно анализировать многообразные общественно-политические явления современности, вести полемику.

Процесс написания реферата включает:

- 1) выбор темы;
- 2) подбор нормативных актов, специальной литературы и иных источников, их изучение;
- 3) составление плана;
- 4) написание текста работы и ее оформление.

Рефераты пишутся по наиболее актуальным темам. В них на основе тщательного анализа и обобщения научного материала сопоставляются различные взгляды авторов, и определяется собственная позиция студента с изложением соответствующих аргументов.

Темы рефератов должны охватывать и дискуссионные вопросы курса. Они призваны отражать передовые научные идеи, обобщать тенденции юридической практики, учитывая при этом изменения в текущем законодательстве. Студент при желании может сам предложить ту или иную тему, предварительно согласовав ее с научным руководителем.

Работу над рефератом следует начинать с общего ознакомления с темой (прочтение соответствующего раздела учебника, учебного пособия, конспектов лекций). После этого необходимо изучить нормативные акты, литературные и иные источники, рекомендованные преподавателем. Особенно внимательно необходимо следить за новой литературой по избранной проблематике, в том числе за журнальными статьями. В процессе изучения литературы рекомендуется делать выписки, постепенно группируя и накапливая теоретический и практический материал.

План реферата должен быть составлен таким образом, чтобы он раскрывал название работы. Реферат, как правило, состоит из *введения*, в котором кратко обосновывается актуальность, научная и практическая значимость избранной темы, *основного материала*, содержащего суть проблемы и пути ее решения, и *заключения*, где формируются выводы, оценки, предложения.

Изложение материала должно быть кратким, точным, последовательным. Необходимо употреблять общепринятые в науке и в нормативно-правовых документах термины, избегать двусмысленных понятий и категорий, сложных грамматических оборотов. Термины, отдельные слова и словосочетания допускается заменять принятыми текстовыми сокращениями, смысл которых ясен из контекста. Рекомендуется включать в реферат схемы и таблицы, если они помогают раскрыть основное содержание проблемы и сокращают объем работы.

Общие требования к оформлению текста реферата:

1. Размер полей: левое – 30 мм, правое – 10 мм, нижнее – 20 мм, верхнее – 20 мм.
2. Абзацный отступ: пять знаков (1,25 см).
3. Выравнивание текста: по ширине.

4. Межстрочный интервал: полуторный (меньший интервал допускается в таблицах, рисунках, заголовках).

4. Шрифт: TimesNewRoman, цвет – черный, размер (кегель) 14 (в таблицах, рисунках допускается кегель 12).

5. Номер страницы указывается на середине верхнего поля страницы.

На титульном листе студент указывает название вуза, кафедры, полное наименование темы реферата, свою фамилию и инициалы, а также ученую степень, звание, фамилию и инициалы научного руководителя, дату написания работы и личную подпись.

Особое внимание следует уделить оформлению научно-справочного аппарата и прежде всего подстрочных сносок (внизу страницы, под чертой). Сноска должна быть полной: с указанием фамилии и инициалов автора, названия книги, места и года ее издания, страницы, с которой взята цитата или соответствующее положение. Для статей из журналов, сборников указывают фамилию и инициалы автора, название статьи, затем название журнала или сборника статей с указанием года издания и номера (или выпуска). При ссылке на газетную статью кроме названия и года издания указывают дату. Оформляя нормативные источники, необходимо указывать полное и точное название нормативного акта, дату его принятия и редакции, а также изменений и дополнений. При этом обязательными являются название, год, номер и статья официального издания, где был опубликован нормативный акт.

Завершающим этапом самостоятельной работы при подготовке к экзамену после изучения всех тем является итоговый самоконтроль по вопросам – тестам.

Образцы тестовых заданий, контрольных вопросов и заданий для проведения текущего контроля, экзаменационных билетов, приведены в приложении 2 к РП (ФОС).

10. Методические рекомендации для преподавателя

10.1 Общие положения.

В ходе занятий осуществляется теоретическое обучение студентов, привитие им необходимых умений и практических навыков по специальности, осуществляется и воспитательное воздействие. Учебные занятия начинаются и заканчиваются по времени в соответствии с утвержденным расписанием. Допуск в аудиторию (класс, лабораторию) опоздавших студентов допускается с разрешения преподавателя. Никакие вызовы студентов и преподавателей с занятий не допускаются.

Освобождение студентов от занятий может производиться:

- в случае болезни – деканатом, по предъявлению студентом медицинской справки;
- по личным обстоятельствам - деканатом, по личному заявлению студента.

Преподаватель обязан лично контролировать наличие студентов на занятии. О лицах, отсутствующих на занятиях, преподаватель сообщает заведующему кафедрой.

Виды учебных занятий по дисциплине.

Виды учебных занятий определяются рабочей программой дисциплины «Государственная и муниципальная служба» как дисциплина по направлению 38.03.04 «Государственное и муниципальное управление» изучается в виде лекций и практических занятий.

Все виды учебно-методических материалов хранятся на кафедре в течение всего периода обучения студентов, по действующим учебным планам и программам. Обязательным документом преподавателя на каждом учебном занятии является план его проведения. План разрабатывается преподавателем в соответствии с требованиями рабочей программы, тематического плана и методической разработки по данной

дисциплине. Порядок разработки планов проведения занятия и их утверждения на заседании кафедры определяется выпускающей кафедрой.

Лекции. Лекции составляют основу теоретической подготовки студентов и должны давать систематизированные основы научных знаний по дисциплине, раскрывать состояние и перспективы развития соответствующей области науки и техники, концентрировать внимание студентов на наиболее сложных и узловых вопросах, стимулировать их активную познавательную деятельность и способствовать формированию творческого мышления.

Каждая лекция - устное изложение преподавателем основных теоретических положений изучаемого предмета или отдельной темы как логически законченное целое и имеющее конкретную целевую установку. Основным методом в лекции выступает устное изложение учебного материала, сопровождающееся демонстрацией видео- и кинофильмов, схем, плакатов, показом моделей, приборов и макетов, использованием электронно-вычислительной и мультимедийной техники.

Структура лекции:

- вступление (вводная часть);
- основная часть (раскрытие основных вопросов);
- заключительная часть.

ВСТУПЛЕНИЕ - часть лекции, цель которой - заинтересовать и настроить аудиторию на восприятие учебного материала. В его состав входят:

- формулировка темы и цели лекции, характеристика ее профессиональной значимости, новизны и степени изученности;
- краткое изложение плана лекции, включающего наименования основных вопросов, подлежащих рассмотрению на лекции;
- характеристика рекомендуемой литературы, необходимой для организации самостоятельной работы студентов;
- ретроспекция-напоминание о вопросах, рассмотренных на прошлой лекции, связь их с новым материалом.

ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ - изложение содержания лекции в строгом соответствии с предложенным планом. Включает раскрывающий тему лекции концептуальный и фактический материалы. Содержание материала определяется видом лекции.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ - подведение общего итога лекции: обобщение материала, формулировка выводов по теме лекции; ответы на вопросы студентов.

Лекции должны носить, как правило, проблемный характер. Проблемная лекция как интерактивная форма начинается с вопросов, с постановки проблемы, которую в ходе изложения материала необходимо решить. Это такие вопросы, для ответа на которые требуется размышление, так как скрытая в них проблема требует не однотипного решения, то есть, готовой схемы решения в прошлом опыте нет. С помощью проблемной лекции обеспечивается достижение трех основных дидактических целей: усвоение студентами теоретических знаний; развитие теоретического мышления; формирование познавательного интереса к содержанию учебного предмета и профессиональной мотивации будущего специалиста.

Практические занятия. Темы практических работ, их содержание и объем в часах приведены в п. 2.1.2 ФОС по данной дисциплине.

Практические занятия имеют целью:

- углубление, расширение и конкретизацию теоретических знаний, полученных на лекциях, до уровня, на котором возможно их практическое использование;
- экспериментальное подтверждение положений и выводов, изложенных в теоретическом курсе, и усиление доказательности обучения;
- решение задач, связанных с новыми конструкционными материалами;
- отработку навыков и умений в пользовании графиками, схемами, номограммами;
- отработку умения использования ПК и информационных ресурсов;

-проверку теоретических знаний;

Основу занятий составляет практическая работа каждого обучаемого по приобретению умений и навыков использования закономерностей и методов, составляющих содержание дисциплины в профессиональной деятельности или в подготовке к изучению дисциплин, формирующих компетенцию выпускника.

Практическим занятиям предшествуют лекции и целенаправленная самостоятельная подготовка студентов, поэтому практические занятия нужно начинать с краткого обзора цели занятия, напоминания о его связи с лекциями и формулирования конкретных вопросов-заданий, которые должны быть решены на данном занятии.

Практические занятия проводятся с использованием технических средств обучения, макетов, схем, моделей с использованием компьютерных классов. Перспективной формой практических занятий являются ролевые (деловые) игры. В ходе деловой игры можно создавать проблемную ситуацию, ставить учебной группе или части ее конкретные вводные, характеризующие определенную производственную ситуацию.

Практические занятия требуют тщательной методической подготовки преподавателя, включающей составление подробного плана проведения занятий, подготовку учебно-материальной базы, подбор необходимой литературы и другие компоненты. Планы практических занятий должны ежегодно обновляться в интересах концентрирования методического опыта коллектива кафедры.

По результатам контроля знаний и умений преподаватель должен провести анализ хода и итогов практических занятий, отметить успехи студентов в решении учебной задачи, а также недостатки и ошибки, разобрать их причины и дать методические указания к их устранению. Если ошибки носят принципиальный характер либо связаны с неправильными действиями студентов, целесообразно организовать дополнительные занятия, на которых следует отработать правильные действия и решения.

Консультации. Консультации являются формой руководства работой студентов и оказания им помощи в самостоятельном изучении учебного материала. Они проводятся регулярно в процессе всего периода обучения (по мере возникновения потребности) по предварительной договоренности студентов с преподавателем в часы самостоятельной работы и носят, в основном, индивидуальный характер. При необходимости разъяснения общих вопросов нескольким или всем обучающимся учебной группы проводятся групповые консультации.

Преподаватель имеет право вызывать на консультацию тех студентов, которые в процессе образовательного процесса не показывают глубоких знаний и не пользуются консультациями по своей инициативе. В этих случаях преподаватель выясняет, работает ли студент систематически над учебным материалом, в какой степени усваивает его, в чем встречается наибольшие трудности. Установив фактическое положение дела, преподаватель дает рекомендации по самостоятельному изучению материала, решению трудных вопросов и при необходимости назначает срок повторной консультации.

Рекомендации по представлению содержания.

Для удобства представления содержания тем они структурированы по отдельным вопросам. Рекомендуется придерживаться при изложении материала в последовательности изложения вопросов по темам, изложенным в п.4. Рабочей программы по данной дисциплине.

Рекомендации по оценке знаний студентов.

Рабочей программой дисциплины предусмотрены оценочные средства для текущей и рубежной (промежуточной) аттестации. Фонд оценочных средств (ФОС) – совокупность процедур оценивания результатов обучения по комплектам методических материалов для установления соответствия учебных достижений студентов запланированным результатам обучения в соответствии требованиям образовательных и рабочих программ, разделов дисциплины.

Структура и содержание дисциплины «Бренд-менеджмент в системе регионального управления»
 Направление подготовки 38.04.04- «Государственное и муниципальное управление»
 Образовательная программа «Управление в высокотехнологичном муниципалитете»
 Форма обучения заочная

n/n	Раздел	Семестр	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов, и трудоемкость в часах					Виды самостоятельной работы студентов					Формы аттестации		
				Л	П/С	Лаб	СРС	КСР	К.Р.	К.П.	РГР	Реф.	К/р	Э	З	
	Введение	8														
1	Эволюция концепций «торговая марка» и «бренд»	8		+	+		+									
2	Типология и основные принципы брендинга	8		+	+		+									
3	Способы создания торговой марки. Популярность брендов	8		+	+		+									
4	Процесс формирования стратегии управления активами бренда	8		+	+		+									
5	Оценка стоимости и лояльности потребителей к бренду	8		+	+		+									
6	Бренд-менеджер и составление бренд-плана	8		+	+		+									
7	Мировые бренды, ставшие именами нарицательными	8		+	+		+									
8	Защита бренда	8		+	+		+									
	Итого		18	4	8		96						+			+

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
**«МОСКОВСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(МОСКОВСКИЙ ПОЛИТЕХ)**

Направление подготовки: 38.03.04 ГОСУДАРСТВЕННОЕ И МУНИЦИПАЛЬНОЕ
УПРАВЛЕНИЕ

ОП (профиль): **«Управление высокотехнологичным муниципалитетом»**

Форма обучения: очная

Вид профессиональной деятельности: (В соответствии с ФГОС ВО)

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

«Бренд-менеджмент в системе регионального управления»

Состав: 1. Паспорт фонда оценочных средств

2. Описание оценочных средств:

2.1 Устный опрос (УО),

2.2 Доклад, сообщение (ДС),

2.3 Дискуссия (Д)

2.4 Реферат (Р)

2.5 Тестирование (Т),

2.6 Зачет (З)

Москва, 2019_год

ПОКАЗАТЕЛЬ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ

«БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТ В СИСТЕМЕ РЕГИОНАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ»					
ФГОС ВО 38.03.04 ГОСУДАРСТВЕННОЕ И МУНИЦИПАЛЬНОЕ УПРАВЛЕНИЕ					
В процессе освоения данной дисциплины студент формирует и демонстрирует следующие компетенции:					
КОМПЕТЕНЦИИ		Перечень компонентов	Технология формирования компетенций	Форма оценочного средства**	Степени уровней освоения компетенций
ИНДЕКС	ФОРМУЛИРОВКА				
ПК-11	-- владением основными технологиями формирования и продвижения имиджа государственной и муниципальной службы, базовыми технологиями формирования общественного мнения	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> -сущность системы инновационного управления, его объекта и условий в которых он функционирует, содержания и особенностей его функций, социально-психологических проблем, - формы и методы обеспечения эффективного управления инновационным предприятием; -современные концепции и принципы инновационного управления, его основные эффективные методы; -совокупность основных характеристик и аналитических показателей различных факторов инновационной деятельности объектов инвестирования; <p>владеть методами:</p> <ul style="list-style-type: none"> -выявления социальных и психологических факторов, определяющих эффективность взаимодействия государственной системы управления и связующих процессов инновационного менеджмента; -проведения операций дисконтирования и наращивания. - форм и методов обеспечения эффективного управления инновационным предприятием; 	лекция, самостоятельная работа, семинарские занятия	К, Т, РТ	<p>Базовый уровень</p> <ul style="list-style-type: none"> -сущность системы инновационного управления, его объекта и условий его функционирования, содержания и особенностей его функций, социально-психологических проблем, -владение методами проведения операций дисконтирования и наращивания. <p>Повышенный уровень</p> <ul style="list-style-type: none"> -знание совокупности основных характеристик и аналитических показателей различных факторов инновационной деятельности; -владение методами выявления социальных и психологических факторов, определяющих эффективность взаимодействия государственной системы управления и связующих процессов инновационного менеджмента;

ПК-13	<p>-способностью использовать современные методы управления проектом, направленные на своевременное получение качественных результатов, определение рисков, эффективное управление ресурсами, готовностью к его реализации с использованием современных инновационных технологий;</p>	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - форм и методов обеспечения эффективного управления инновационным предприятием; - сущность государственной инновационной политики <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - выявлять, а также научно обосновывать перспективы дальнейшего роста инновационного потенциала территории (региона). - применять количественные и качественные методы анализа при принятии инвестиционных решений в процессе реализации инновационной политики; - оценивать реальные события и финансово-экономические отношения, возникающие в процессе реализации инновационной политики; - оценивать влияние инвестиционных решений и решений по финансированию на рост инвестиционной привлекательности территорий и объектов инвестирования. <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - методами расчета показателей инвестиционного климата территорий и регионов, - методами расчетов показателей управления конкретными инновационными процессами и системы государственного контроля за инновационной деятельностью предприятий (организаций). 	лекция, самостоятельная работа, семинарские занятия	УО, Д, Т	<p>Базовый уровень способность применять количественные и качественные методы анализа при принятии инвестиционных решений в процессе реализации инновационной политики;</p> <ul style="list-style-type: none"> - Умение пользоваться методами расчетов показателей управления конкретными инновационными процессами и системы государственного контроля за инновационной деятельностью предприятий (организаций). <p>Повышенный уровень Способность оценивать реальные события и финансово-экономические отношения, возникающие в процессе реализации инновационной политики;</p> <ul style="list-style-type: none"> - умеет применять критерии и показатели эффективности результатов деятельности - оценивать влияние инвестиционных решений и решений по финансированию на рост инвестиционной привлекательности территорий и объектов инвестирования.
-------	---	--	---	----------	---

** - Сокращения форм оценочных средств см. в приложении 2 к РП.

**Перечень оценочных средств по дисциплине
Бренд-менеджмент в системе регионального управления**

№п/п	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Представление оценочного средства в фонде
1	Реферат (Р)	Средство, позволяющее оценить умение студента письменно излагать суть поставленной проблемы, самостоятельно проводить анализ этой проблемы с использованием концепций и аналитического инструментария соответствующей дисциплины, делать выводы, обобщающие авторскую позицию по	Тематика рефератов
2	Тест (Т)	Система стандартизированных заданий, позволяющая автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений студента.	Фонд тестовых заданий
3	Дискуссия (Д)	Оценочные средства, позволяющие включить обучающихся в процесс обсуждения спорного вопроса, проблемы и оценить их умение аргументировать собственную точку зрения.	Перечень дискуссионных тем для проведения круглого стола, дискуссии, полемики, диспута, дебатов

Формируемая компетенция ПК-11, ПК-13

Контролируемый результат обучения	Контролируемые темы (разделы) дисциплины	Реферат			
		Критерии оценивания			
		2	3	4	5
Знания, умения и владение согласно Показателям уровня сформированности компетенций (табл.1 - Паспорт ФОС)	В соответствии с тематикой реферата в рамках тем 1-13	выставляется студенту, если содержание доклада не соответствует выбранной теме; в докладе не представлены основные (ключевые) сведения, данные, информация	выставляется студенту, если содержание реферата соответствует выбранной теме; студентом представлена редкая, оригинальная информация по теме, студентом	выставляется студенту, если реферат содержит анализ нескольких точек зрения или обзор нескольких авторских подходов с самостоятельными выводами	выставляется студенту, если к реферату подготовлено мультимедийное сопровождение, имеется поясняющий графический или иллюстративный материал, подготовленный

		по выбранной теме; доклад длительностью 3-5 минут зачитывается студентом	зачитываются тезисы доклада с последующим комментарием прочитанного	студента	ый самостоятель о студентом, в выводах доклада представлена личная позиция докладчика по теме
--	--	--	---	----------	---

Темы рефератов по дисциплине

В ходе изучения предмета студенты должны самостоятельно написать реферат общим объемом 12-15 машинописных страниц по одной из ниже предложенных тем. Выбор темы осуществляется по последней цифре шифра студента, например, шифр - ...5 – темы: 5, 15.

1. Инструмент современного бизнеса: как создать бренд?
2. Теория архетипов и практика брендинга
3. Рождение бренда и его дальнейшая жизнь: о создании сильного бренда
4. Самые ценные бренды России
5. Как защитить товарный знак
6. О сочетаемости и совместной «работе» брендов
7. Люди-бренды и human branding: особенности, возможности использования в рекламе
8. Использование имени бренда, ранее удачно закрепившегося
9. Private labels: причины популярности
10. Создание брендов: за рамками рекламы в СМИ
11. Внутреннее позиционирование бренда
12. Феномены бренда: история появления и развития бренда
13. Информационное обеспечение процесса управления брендом на рынке потребительских товаров и услуг
14. Легенды брендинга. Что общего между маркетингом и мифологией: создание мифа - как эффективный способ воздействия на поведение потребителя
15. Что нужно знать, чтобы построить бренд
16. Бренд и управление компанией на основе стоимости
17. Бренд как стратегия: создание и поддержание бренда как ключевой элемент стратегии
18. Восприятие бренда покупателями
19. Психосемантические методы в исследованиях бренда
20. Бренд и общество - разделение ценностей
21. Бренд: история, определения, составляющие
22. Методы оценки стоимости бренда
23. Товарный знак. Экономические и правовые аспекты
24. Локальные бренды: жизнь и судьба
25. Торговые марки в системе предпочтений российского потребителя
26. Развитие торговых марок на российском рынке

ПК-11, ПК-13			
Контролируемый результат обучения	Контролируе мые темы (разделы) дисциплины	Недифференцированный зачет	
		Критерии оценивания	
		зачтено	незачтено
Знания, умения и владение согласно показателю уровня сформированности компетенций (табл.1 - Паспорт ФОС)	Темы 1-13	Выполнены все виды учебной работы, предусмотренные учебным планом. Тестирование пройдено успешно с оценкой не ниже удовлетворительно (более 50% правильных ответов). Студент демонстрирует соответствие знаний, умений, навыков приведенным в таблицах показателей, оперирует приобретенными знаниями, умениями, навыками, применяет их в ситуациях повышенной сложности. При этом могут быть допущены незначительные ошибки, неточности, затруднения при аналитических операциях, переносе знаний и умений на новые, нестандартные ситуации.	Не выполнен один или более видов учебной работы, предусмотренных учебным планом. Тестирование пройдено с оценкой ниже удовлетворительно (менее 50% правильных ответов). Студент демонстрирует неполное соответствие знаний, умений, навыков приведенным в таблицах показателей, допускаются значительные ошибки, проявляется отсутствие знаний, умений, навыков по ряду показателей, студент испытывает значительные затруднения при оперировании знаниями и умениями при их переносе на новые ситуации.

Вопросы к зачету

По итогам изучения курса проводится зачет в форме устного ответа на один из следующих вопросов или в форме тестирования (вопросы приведены ниже).

1. История развития брендинга.
2. Взаимосвязь и различия понятий о бренде и торговой марке.
3. Срок жизни бренда.
4. Основные понятия бренд-менеджмента.
5. Место бренда в фирменном стиле.
6. Классификация бренда.
7. Принципы работы с брендом.
8. Процесс создания бренда.
9. Создание имиджа организации.
10. Архитектура брендинга.
11. Создание системы приверженности потребителей к бренду.
12. Технология брендинга как перспективное направление рекламной деятельности.
13. Управление активами бренда.
14. Методы и этапы оценки стоимости и лояльности потребителей к бренду.
15. Специфика работы бренд-менеджера в туризме.
16. Этапы и технология создания бренд-плана.
17. Основные разделы и реализация бренд-плана.
18. Мировой опыт брендинга.
19. Опыт и тенденции европейского и американского брендинга.

20. Особенности брендинга в Японии.
21. Опыт, проблемы и перспективы брендинга в России.
22. Нормативно-правовая база работы с товарными знаками.
23. Реализация мероприятий по защите бренда.
24. Теория архетипов и практика брендинга
25. Рождение бренда и его дальнейшая жизнь: о создании сильного бренда
26. Самые ценные бренды России
27. О сочетаемости и совместной «работе» брендов
28. Люди-бренды и human branding: особенности, возможности использования в рекла-
ме
29. Использование имени бренда, ранее удачно закрепившегося
30. Private labels: причины популярности
31. Создание брендов: за рамками рекламы в СМИ
32. Внутреннее позиционирование бренда
33. Феномены бренда: история появления и развития бренда
34. И
н
р
м
а
ц
и
о
н
н
о
е
б
е
с
п
е
ч
е
н
и
е
35. Легенды брендинга. Что общего между маркетингом и мифологией: создание мифа
- как эффективный способ воздействия на поведение потребителя
36. Что нужно знать, чтобы построить бренд
37. Бренд и управление компанией на основе стоимости
38. Бренд как стратегия: создание и поддержание бренда как ключевой
элемент стратегии
39. Восприятие бренда покупателями
40. Психосемантические методы в исследованиях бренда
41. Бренд и общество - разделение ценностей
42. Бренд: история, определения, составляющие
43. Методы оценки стоимости бренда
44. Товарный знак. Экономические и правовые аспекты
45. Локальные бренды: жизнь и судьба
46. Торговые марки в системе предпочтений российского потребителя
47. Развитие торговых марок на российском рынке
- п
р
о
ц
е
с
с
а
- у
п

Контролируемый результат обучения	Контролируемые темы (разделы) дисциплины	Устный опрос, дискуссия			
		Критерии оценивания			
		2	3	4	5
Знания, умения и владение гласно Показателям уровня сформированности компетенций (табл.1 - Паспорт ФОС)	Тема 2-7, 10-12. Дискуссия по теме 5	не раскрыто основное содержание учебного материала; обнаружено незнание или непонимание большей или наиболее важной части учебного материала; допущены ошибки в определении понятий, при использовании терминологии, которые не исправлены после нескольких наводящих вопросов; не сформированы компетенции, умения и навыки публичной речи, аргументации, ведения дискуссии и полемики, критического восприятия информации	неполно или непоследовательно раскрыто содержание материала, но показано общее понимание вопроса и продемонстрированы умения, достаточные для дальнейшего усвоения материала; имелись затруднения или допущены ошибки в определении понятий, использовании терминологии, исправленные после нескольких наводящих вопросов; при неполном знании теоретического материала выявлена недостаточная сформированность компетенций, умений и навыков, учащийся не может применить теорию в новой ситуации.	в усвоении учебного материала допущены небольшие пробелы, не искажившие содержание ответа; допущены один – два недочета в формировании навыков публичной речи, аргументации, ведения дискуссии и полемики, критического восприятия информации.	студент полно усвоил учебный материал; проявляет навыки анализа, обобщения, критического осмысления, публичной речи, аргументации, ведения дискуссии и полемики, критического восприятия информации; материал изложен грамотно, в определенной логической последовательности, точно используется терминология; показано умение иллюстрировать теоретические положения конкретными примерами, применять их в новой ситуации; высказывать свою точку зрения; продемонстрировано усвоение ранее изученных сопутствующих вопросов, сформированность и устойчивость компетенций, умений и навыков.

Темы и вопросы для обсуждения и устного опроса на семинарских занятиях.

1. Функциональные, индивидуальные, социальные и коммуникативные качества бренда.
2. Типология брендов.
3. Мыслительное поле бренда.
4. Атрибуты бренда и их характеристика.

5. Методики создания имени бренда.
6. Архитектура бренда.
7. Бренддинг как практика разработки, реализации и развития бренда.
8. Западная культура бренддинга.
9. Восточная культура бренддинга.
10. Схемы построения бренда.
11. Процесс сегментирования: по критериям, по признакам, по основным группам.
12. Процесс сегментирования и этапы работы с сегментами.
13. Основные методы сегментирования.
14. Позиционирование: ключевые понятия, идеи и три основные концепции.
15. Виды позиционирования.
16. Уровни критериев позиционирования бренда.
17. Концепция позиционирования бренда.

18. Философия бренда.
19. SWOT-анализ: слабые и сильные стороны бренда.
20. Идентичность бренда и ее элементы.
21. Проективные методики разработки индивидуальности, ценностей, ассоциаций, мифологии бренда.
22. Психологические методы при разработке идентичности бренда.
23. Модели разработки бренда: «колесо бренда», «ТТВ».
24. Разработка атрибутов бренда. Формальные и содержательные требования к имени бренда.
25. Способы образования и этапы создания имени бренда.
26. Создание семантического поля для имени бренда.
27. Фоносемантический, морфологический, лексический анализ и экспертное тестирование имен.
28. Упаковка как важнейший атрибут бренда, ее информативная и коммуникативная функции.
29. Фирменная символика и др. атрибуты в системе брендинга.
30. Способы анализа лояльности бренду.
31. Программа формирования лояльности. Мероприятия брендинга для усиления рыночных позиций бренда

ПК-11 - - владением основными технологиями формирования и продвижения имиджа государственной и муниципальной службы, базовыми технологиями формирования общественного мнения;

Контролируемый результат обучения	Контролируемые темы (разделы) дисциплины	Тестирование			
		Критерии оценивания			
		2	3	4	5
<p>знать: -специальную экономическую терминологию в области управления государственной собственности; -органы государственного и регионального управления государственной собственностью;</p> <p>уметь: -выявлять и систематизировать совокупность основных характеристик процесса управления государственной собственностью</p>	Тема 1-13	из общего числа тестовых вопросов правильные ответы составляют менее 50%	из общего числа тестовых вопросов правильные ответы составляют 50-74%	из общего числа тестовых вопросов правильные ответы даны на 75-90% вопросов	из общего числа тестовых вопросов правильные ответы даны на 90-100% вопросов

ПК-13 - способностью использовать современные методы управления проектом, направленные на

своевременное получение качественных результатов, определение рисков, эффективное управление ресурсами, готовностью к его реализации с использованием современных инновационных технологий;

Контролируемый результат обучения	Контролируемые темы (разделы) дисциплины	Тест			
		Критерии оценивания			
		2	3	4	5
<p>знать: -сущность, содержание и принципы управления имущественным комплексом организаций и предприятий; -содержание форм и отдельных процессов в управлении государственной собственностью (операции аренды, лизинга, доверительного управления и залога);</p> <p>уметь: -анализировать систему показателей, используемых в процессе управления государственной собственностью; -применять на практике методы управления государственной собственностью;</p> <p>владеть: - методами определения оценочных показателей государственных (региональных) объектов собственности; - методами и возможностями современных информационных технологий и основных направлениях их использования в управлении собственностью.</p>	Тема 3,4,5.	из общего числа тестовых вопросов правильные ответы составляют менее 50%	из общего числа тестовых вопросов правильные ответы составляют 50-74%	из общего числа тестовых вопросов правильные ответы даны на 75-90% вопросов	из общего числа тестовых вопросов правильные ответы даны на 90-100% вопросов

Фонд тестовых заданий

по курсу

«Бренд-менеджмент в системе регионального управления»

Завершающим этапом самостоятельной работы при подготовке к зачету после изучения всех тем является итоговый самоконтроль по вопросам – тестам.

Вопросы для тестирования

1. Каково главное качество бренда?

- а) уникальность;
 - б) прибыльность;
 - в) узнаваемость.
2. В каком значении использовалось слово «бренд» во времена викингов?
- а) нравиться людям;
 - б) клеймить скот;
 - в) обзывать.
3. Бренды существуют:
- а) в физическом пространстве;
 - б) в сознании людей;
 - в) лишь на бумаге.
4. Мысли людей идут в одном направлении, но в разных плоскостях, что создает ...
- а) объемность бренда;
 - б) плоскость бренда;
 - в) разносторонность бренда.
5. Какое из измерений бренда касается способности бренда поддерживать человека?
- а) духовное;
 - б) ментальное;
 - в) социальное.
6. Какое из измерений бренда касается восприятия полезности продукта или услуги, ассоциируемой с брендом?
- а) ментальное;
 - б) социальное;
 - в) функциональное.
7. «Если потребители удовлетворены товаром с известным брендом, потому что воспринимают его как лучший, то в их глазах он стоит затраченных денег». О каком измерении 4-мерной модели бренда идёт речь?
- а) духовное;
 - б) ментальное;
 - в) функциональное.
8. Какова формула успеха для бренда?
- а) чаще попадаться на глаза;
 - б) быть не таким как все;
 - в) вести за собой толпу.
9. Каково существенное отличие успешного бренда от менее успешного?
- а) внимание, которое успешные бренды проявляют к клиентам;
 - б) прибыль, которую приносят успешные бренды своим владельцам;
 - в) качество товаров и услуг, предоставляемых клиентам.
10. Бренддинг, основанный на каком чувстве, является новым мощным оружием в борьбе за клиента?
- а) чувстве любви;
 - б) чувстве важности;
 - в) чувстве ответственности.
11. Позитивное мнение о человеке (о чем-либо), когда под влиянием первого положительного впечатления или неполного знания делается вывод о человеке (о чем-либо) в целом - это ...
- а) мета-эффект;
 - б) гало-эффект;
 - в) люмен-эффект.
12. Важный фактор создания приверженности бренду - это:
- а) патриотизм;
 - б) пацифизм;
 - в) благотворительность.

13. В результате крепких отношений между брендом и его клиентами рождается ...
- а) зависимость;
 - б) лояльность;
 - в) привязанность.
14. Что «вдыхает жизнь в продукт»?
- а) «упаковка», то как продукт выглядит;
 - б) технические характеристики продукта;
 - в) реклама продукта.
15. Какое качество всё больше становится конкурентным преимуществом?
- а) аутентичность;
 - б) идентифицированность;
 - в) аналогичность.
16. В какой индустрии бренд является ключевым фактором успеха?
- а) товаров;
 - б) услуг;
 - в) развлечений.
17. В развлекательном бизнесе срок восприятия, а значит и жизни бренда исчисляется ...
- а) 5-10 годами;
 - б) 5-10 месяцами;
 - в) 3-5 годами.
18. В какое время в оценку бренда стали закладываться такие критерии, как ответственность за состояние окружающей среды, производственная этика, вопросы безопасности и качества?
- а) в конце XX века;
 - б) в 1970-х годах;
 - в) в 1950-х годах.
19. Самыми важными активами какого бренда становятся технологии, специальные знания, уникальные ноу-хау?
- а) бренда отношений;
 - б) бренда развития;
 - в) бренда производства.
20. Производственный бренд:
- а) привязан к конкретному клиенту;
 - б) ориентирован на повсеместные продажи;
 - в) распространен в ограниченном кругу клиентов.
21. Совместное выступление нескольких брендов на рынке - это...
- а) ко-брендинг;
 - б) ду-брендинг;
 - в) он-брендинг.
22. Бренды, представляющие собой составные части, элементы, детали других продуктов, прочно вошедших в нашу повседневную жизнь, - это...
- а) частичные бренды;
 - б) ингредиентные бренды;
 - в) составные бренды.
23. Самым важным активом какого бренда являются знания о поведении и потребностях покупателей?
- а) бренда отношений;
 - б) бренда развития;
 - в) бренда производства.
24. Кто принимает решения в мире брендов на основе отношений?
- а) производитель;
 - б) бренд;
 - в) потребитель.
25. На сколько различных категорий всегда распадается построение бренда в сознании потре-

бителей?

а) 3;

б) 4;

в) 6.

26. Какое измерение бренда описывает воспринимаемую ценность продукта?

а) функциональное;

б) социальное;

в) ментальное.

27. Внутренняя оценка, т.е. что человек думает о себе самом в связи с брендом, образует ...

а) функциональное измерение бренда;

б) социальное измерение бренда;

в) ментальное измерение бренда.

28. Словесное выражение того, что воплощает компания или товар, - это...

а) бренд-структура;

б) бренд-код;

в) поле бренда.

29. Для правильного определения ... необходимо задать себе один вопрос: «Что бы мы делали, если бы занимались этим не ради денег?»

а) миссии;

б) стиля;

в) полезности.

30. Что описывает индивидуальные черты, имидж и поведение бренда?

а) стиль;

б) функция;

в) миссия.

31. Какому из факторов традиционных методов измерения брендов соответствует описание: «оценка восприятия бренда на рынке: положительное или отрицательное»?

а) узнаваемость;

- б) знание;
- в) отношение.

32. Какое из ключевых ролей названия соответствует описанию: «Название может стать на удивление важным по мере роста бренда. Оно станет совершенной особой частью вашего законного имущества»?

- а)
коммуни
кация; б)
ценный
актив; в)
идентифи
кация.

33. Какая категория названий представляет преимущества и качества продукта в простой и прямой форме?

- а) описательные
названия; б)
ассоциативные
названия; в)
неологизмы.