

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Забайкальский государственный университет»
(ФГБОУ ВО «ЗабГУ»)

Факультет естественных наук, математики и технологий

Кафедра Теории и методики профессионального образования, сервиса и технологий

УТВЕРЖДАЮ:

Декан факультета

Токарева Ю.С.

« ____ » _____ 20 ____ г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Б1.В.ДВ.03.01.Технологии создания бренда в сервисе

на 108 часа(ов), 3 зачетных(ые) единиц(ы)

для направления подготовки (специальности) 44.03.04 – Профессиональное обучение (по отраслям)

составлена в соответствии с ФГОС ВО, утвержденным приказом
Министерства образования и науки Российской Федерации от
« ____ » _____ 20 ____ г. № _____

Профиль – Сервис (для набора 2020)

Форма обучения заочная

1. Организационно-методический раздел

1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля)

Цель изучения дисциплины:

формирование целостного представления о технологии создания и продвижения бренда в сфере сервиса.

Задачи изучения дисциплины:

1. Формирование представления о брендинге в различных направлениях сервиса.
2. Ознакомление с теоретическими особенностями создания бренда.
3. Освоение технологий разработки и создания бренда.

1.2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОП

Данный курс относится к Блоку Б1.В.ДВ - дисциплины по выбору. Содержание этой дисциплины коррелирует с изучаемыми ранее курсами: Сервисология, Проектная деятельность, Организация функционирования и развития предприятия сервиса, Сервисная деятельность.

1.3. Объем дисциплины (модуля) с указанием трудоемкости всех видов учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 3 зачетных(ые) единиц(ы), 108 часов.

Заочная форма

Виды занятий	Распределение по семестрам	Всего часов
	5 семестр	
Общая трудоемкость		108
Аудиторные занятия, в т.ч.	18	18
лекционные (ЛК)	6	6
практические (семинарские) (ПЗ, СЗ)	10	10
лабораторные (ЛР)	0	0
Самостоятельная работа студентов (СРС)	90	90
Форма промежуточной аттестации в семестре	Зачет	0
Курсовая работа (курсовой проект) (КР, КП)		

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Планируемые результаты освоения образовательной программы		Планируемые результаты обучения по дисциплине
Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции, формируемые в рамках дисциплины	Дескрипторы: знания, умения, навыки и (или) опыт деятельности
УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач/	УК-1.1. Знает: Основные источники и методы поиска информации, необходимой для решения поставленных задач, законы и формы логически правильного мышления, основы теории аргументации, сущность и основные принципы системного подхода.	Знать: Основные источники и методы поиска информации, необходимой для решения поставленных задач, законы и формы логически правильного мышления, основы теории аргументации, сущность и основные принципы системного подхода Уметь: Владеть:
	УК-1.2. Умеет: осуществлять поиск информации для решения поставленных задач и критически ее анализировать; применять методы критического анализа и синтеза информации, необходимой для решения поставленных задач; применять законы логики и основы теории аргументации при осуществлении критического анализа и синтеза информации, необходимой для решения поставленных задач; грамотно, логично, аргументированно формировать собственные суждения и оценки; отличать факты от мнений, интерпретаций и оценок; применять методы системного подхода при решении поставленных задач.	Знать: Уметь: осуществлять поиск информации для решения поставленных задач и критически ее анализировать; применять методы критического анализа и синтеза информации, необходимой для решения поставленных задач; применять законы логики и основы теории аргументации при осуществлении критического анализа и синтеза информации, необходимой для решения поставленных задач; грамотно, логично, аргументированно формировать собственные суждения и оценки; отличать факты от мнений, интерпретаций и оценок; применять методы системного подхода при решении поставленных задач. Владеть:
	задач УК-1.3. Владеет: методами системного и критического мышления.	Знать: Уметь: Владеть: методами системного и критического мышления.

ПК-1. Способен реализовывать программы профессионального обучения, СПО и (или) ДПП по учебным предметам, курсам, дисциплинам (модулям), практикам.	ПК-1.1. Знает: преподаваемую область научного (научно-технического) знания и (или) профессиональной деятельности; требования ФГОС СПО и иных нормативных документов, регламентирующих содержание профессионального образования (профессионального обучения) и организацию образовательного процесса; требования охраны труда при проведении учебных занятий и (или) организации деятельности обучающихся на практике по освоению профессии рабочего, должности служащего; тенденции развития образования, общую политику образовательных организаций СПО и ДПО; информационные аспекты деятельности педагога профессионального обучения, профессионального образования и дополнительного профессионального образования; основные компоненты целостного педагогического процесса профессиональной подготовки рабочих (специалистов) для отраслей экономики региона.	Знать: преподаваемую область научного (научно-технического) знания и (или) профессиональной деятельности; требования ФГОС СПО и иных нормативных документов, регламентирующих содержание профессионального образования (профессионального обучения) и организацию образовательного процесса; требования охраны труда при проведении учебных занятий и (или) организации деятельности обучающихся на практике по освоению профессии рабочего, должности служащего; тенденции развития образования, общую политику образовательных организаций СПО и ДПО; информационные аспекты деятельности педагога профессионального обучения, профессионального образования и дополнительного профессионального образования; основные компоненты целостного педагогического процесса профессиональной подготовки рабочих (специалистов) для отраслей экономики региона. Уметь: Владеть:
	ПК-1.2. Умеет: использовать педагогически обоснованные формы, методы и приемы организации деятельности обучающихся по освоению учебного предмета, курса, дисциплины (модуля), на практике.	Знать: Уметь: использовать педагогически обоснованные формы, методы и приемы организации деятельности обучающихся по освоению учебного предмета, курса, дисциплины (модуля), на практике. Владеть:

	ПК-1.3. Владеет: методикой проведения учебных занятий по учебным предметам, курсам, дисциплинам (модулям) образовательной программы; методами организации самостоятельной работы обучающихся по учебным предметам, курсам, дисциплинам (модулям) образовательной программы.	Знать: Уметь: Владеть: методикой проведения учебных занятий по учебным предметам, курсам, дисциплинам (модулям) образовательной программы; методами организации самостоятельной работы обучающихся по учебным предметам, курсам, дисциплинам (модулям) образовательной программы.
ПК-2. Способен разрабатывать, обновлять программное и учебно-методическое обеспечение учебных предметов, курсов, дисциплин	ПК-2.1. Знает: требования ФГОС СПО, содержание примерных (типовых) программ; требования профессиональных стандартов по соответствующему виду профессиональной деятельности; требования и методические основы разработки программно-методического обеспечения учебных предметов, курсов, дисциплин (модулей), практик; современное состояние области науки и (или) профессиональной деятельности, соответствующей преподаваемым учебным предметам, курсам, дисциплинам (модулям), практикам; структуру общих и профессиональных компетенций, формируемых в процессе обучения и профессионального воспитания рабочих (специалистов), а также характеристики воспитательных отношений: ценности, культуру обучающихся.	Знать: требования ФГОС СПО, содержание примерных (типовых) программ; требования профессиональных стандартов по соответствующему виду профессиональной деятельности; требования и методические основы разработки программно-методического обеспечения учебных предметов, курсов, дисциплин (модулей), практик; современное состояние области науки и (или) профессиональной деятельности, соответствующей преподаваемым учебным предметам, курсам, дисциплинам (модулям), практикам; структуру общих и профессиональных компетенций, формируемых в процессе обучения и профессионального воспитания рабочих (специалистов), а также характеристики воспитательных отношений: ценности, культуру обучающихся. Уметь: Владеть:

(модулей), практик и планировать занятия.	ПК-2.2. Умеет: разрабатывать программную документацию по учебным предметам, курсам, дисциплинам (модулям), практикам; разрабатывать учебно-методическое обеспечение учебных предметов, курсов, дисциплин (модулей), практик; планировать занятия по преподаваемым учебным предметам, курсам, дисциплинам (модулям), практикам; анализировать проведение учебных занятий и организацию самостоятельной работы обучающихся, вносить коррективы в рабочую программу, план изучения учебного предмета, курса, дисциплины (модуля), образовательные технологии, задания для самостоятельной работы, собственную профессиональную деятельность.	Знать: Уметь: разрабатывать программную документацию по учебным предметам, курсам, дисциплинам (модулям), практикам; разрабатывать учебно-методическое обеспечение учебных предметов, курсов, дисциплин (модулей), практик; планировать занятия по преподаваемым учебным предметам, курсам, дисциплинам (модулям), практикам; анализировать проведение учебных занятий и организацию самостоятельной работы обучающихся, вносить коррективы в рабочую программу, план изучения учебного предмета, курса, дисциплины (модуля), образовательные технологии, задания для самостоятельной работы, собственную профессиональную деятельность Владеть:
	ПК-2.3. Владеет: методикой работы с учебно-программной документацией; методами анализа учебнометодического обеспечения учебных предметов, курсов, дисциплин (модулей), практик	Знать: Уметь: Владеть: методикой работы с учебно-программной документацией; методами анализа учебнометодического обеспечения учебных предметов, курсов, дисциплин (модулей), практик.

3. Структура и содержание дисциплины

3.1. Разделы дисциплины и виды занятий

3.1 Структура дисциплины для заочной формы обучения

Модуль	Номер раздела	Наименование раздела	Темы раздела	Всего часов	Аудиторные занятия			СРС
					ЛК	ПЗ (СЗ)	ЛР	
1	1	Брендинг. История развития брендинга. Классификация брендов. Бренды в индустрии моды, красоты и социально-культурном сервисе.	Брендинг. История развития брендинга. Классификация брендов. Бренды в индустрии моды, красоты и социально-культурном сервисе.	24	2	2		20

2	2	Люди и бренды - знакомство с исполнителями и потребителями.	Люди и бренды - знакомство с исполнителями и потребителями.	24	2	2		20
3	3	Бренд-билдинг - разработка бренда. Создание бренда.	Бренд-билдинг - разработка бренда. Создание бренда.	36	2	4		30
4	4	Творческие методы разработки бренда	Творческие методы разработки бренда	24	2	2		20
Итого				108	8	10	0	90

3.4. Содержание разделов дисциплины

3.4.1. Лекционные занятия, содержание и объем в часах

Модуль	Номер раздела	Тема	Содержание	Трудоемкость (в часах)
				ЗФО
1	1	Брендинг. История развития брендинга. Классификация брендов. Бренды в индустрии моды, красоты и социально-культурном сервисе.	Основные понятия брендинга. Этимология понятия бренд. Brand. История развития брендинга. Бренды национальные, культурные, географические, исторические, религиозные и т.д. Классификация брендов. Бренд как отражение содержания и имиджа предприятия сервиса (социально-культурного, моды и красоты).	2
2	2	Люди и бренды - знакомство с исполнителями и потребителями.	Люди и бренды: исполнители и потребители. Работа с новым брендом для сотрудников-исполнителей. Профессиональные обязанности бренд-менеджера. Бренд-менеджер. Потребитель и бренд. Бриф. Завоевание лояльности потребителей. Адресные рынки и группы: потребитель.	2

3	3	Бренд-билдинг - разработка бренда. Создание бренда.	Технологии разработки бренда для сферы социально-культурного сервиса и индустрии моды и красоты. Колесо бренда. Разработка концепции бренда. Цикл создания бренда. Сегментация. Мыслительное поле бренда. Разработка "сердца бренда". Модель выгоды-ценности. Методы построения Brand essence. Нэйминг: психология нэйминга; генерация; Фильтры. Защита Бренда. Бренд-позиционирование: конкурентные различия и совпадения. Логотипы, стили и прочая атрибутика Бренда. Тестирование Бренда. Бренд Бук – создание и особенности. Адресация бренда к индустрии моды, красоты, и социально-культурного сервиса.	2
4	4	Творческие методы разработки бренда	Рациональные и иррациональные методы решения задачи создания бренда. ТРИЗ. Анализ развития Бренда. Конкурентоспособность бренда. Адаптивность бренда в эпоху перемен. Современные технологии Бренд – development.	2

3.4.2. Практические занятия, содержание и объем в часах

Модуль	Номер раздела	Тема	Содержание	Трудоемкость (в часах)
				ЗФО
1	1	Брендинг. История развития брендинга. Классификация брендов. Бренды в индустрии моды, красоты и социально-культурном сервисе.	История использования товарных знаков. Влияние на бренды национально-региональных и демографических факторов. Три волны в брендинге: рациональная 50-х, эмоциональная 70-х, духовная 90-х. История брендинга, особенности российских и зарубежных брендов. Товарный знак. Защита товарного знака в России. Законы о защите товарных знаков. Знак «R», «TM», знак «C».	2
2	2	Люди и бренды - знакомство с исполнителями и потребителями.	Образ бренда. Позиционирование услуг и потребительских предпочтений. Целостность восприятия. Имидж бренда. Лояльность потребителя к бренду. Механизм управления взаимоотношениями с потребителями. Организационные процедуры механизма управления взаимоотношениями.	2

3	3	Бренд-билдинг - разработка бренда. Создание бренда.	Идентичность бренда. Индивидуальность бренда, восприятие, ассоциации. Модели разработки бренда. Креативные и психотехнологии рождения брендов. Имя. Дизайн. Мифологические корни брендинга. Упаковка. Фирменный знак, логотип, символ. Три элемента платформы бренда (корпорация Interbrand): философия, цели и ценности. Структура марочной идентичности по Д. Аакеру и В.Н. Домнину. Корпоративная идентичность. Компании единичной идентичности (бренд-зонтик). Компании подтвержденной идентичности (крупные портфели товаров и брендов). Компании брендовой идентичности (различные бренды товаров быстрого потребления. Бренды широкого диапазона (широкий диапазон товаров и услуг в рамках единого брендового предложения). Лайн-бренды (слегка различающиеся товары). Расширения бренда. Глобальные и местные бренды. Брендвые измерения: длина бренда, ширина бренда, вес бренда, сила бренда. Проектирование и разработка марки. Элементы видения марки. Портрет торговой марки. Пирамида ценностей торговой марки. Индивидуальность торговой марки. Уникальная марочная идея. Атрибуты бренда.	4
4	4	Творческие методы разработки бренда	Метод мозгового штурма, метод фокальных объектов, метод морфологического анализа, метод системного оператора, АРИЗ. Защита мини-проекта.	2

3.4.3. Лабораторные занятия, содержание и объем в часах

Модуль	Номер раздела	Тема	Содержание	Трудовое время (в часах)
				ЗФО

3.6. Самостоятельная работа студентов

Модуль	Номер раздела	Содержание материала, выносимого на самостоятельное изучение	Виды самостоятельной работы	Трудовое время (в часах)
				ЗФО

		Исследования бренда. Социальная информация для бренд-менеджмента. Социальная информация для бренд-менеджмента. Методы изучения рыночной позиции бренда. Исследование рыночных предпочтений. Определение социальной и коммерческой проблемы, их соотношения и проблемной переменной, определение методов и целей исследования. Формулировка задачи. Предварительные, описательные, причинные исследования. Первичные и вторичные исследования. Количественные исследования (сравнение образцов, измерение свойств), качественные исследования (персональное общение с потребителями). Рыночное тестирование - прогнозирование объема продаж или прибылей, это пробный маркетинг (рыночный тест) – контролируемый эксперимент, выполняемый в ограниченном, но тщательно подобранном секторе рынка.	Составление конспекта. Терминологическая работа.	20
		Исследование потребительских предпочтений. Стратегические средства исследования тенденций и ёмкости рынка, сезонности и цикличности спроса (управленческие совещания, наблюдения за потребителями, изучение статистики потребления, опросы по отношению к бренду, исследование целевой аудитории), тактические средства исследования (тестинг новых услуг сервиса моды, красоты и социально-культурного сервиса; дизайнов, баз данных по брендовой сегментации, клубных карт, потребительских предпочтений, бенчмаркинг, маппинг восприятия, эффективность рекламы – метод DAGMAR- определение рекламных целей для достижения рекламных результатов, анализ прессы и Интернета).	Составление конспекта	20

		Определение силы бренда лояльности, ассоциативной ёмкости (способность бренда восстанавливать в памяти информацию о нем), осведомленности о бренде, способности воздействовать. Измерение потенциала бренда (модель Brand Dynamics тм – методика BrandZtm; методики составления рейтингов мировых брендов. Изучение имиджа бренда (метод свободных ассоциаций, метод семантического дифференциала, метод репертуарных решеток). Марочный контракт. Аудит бренда (показатели здоровья бренда, индекс развития бренда) [В.Н. Домнин, с.219]. Исследование потребительских предпочтений. Тестирование креативной идеи бренда. Изучение запросов потребителей и степени их удовлетворения конкурентами. Поиск незанятых ниш в сознании потребителей. Стратегическое планирование коммуникаций бренда. Планирование эффективных бренд-коммуникаций. Стратегия управления активами торговой марки. Концепции брендинга (традиционный, управление активами торговой марки, эмпирический, бренд-билдинг...). Методы определения рыночной стоимости бренда, торговой марки.	Составление конспекта. Терминологическая работа.	30
		Метод контрольных вопросов, метод маленьких человечков, метод синектики. Разработка бренда.	мини-проект	20

4. Фонд оценочных средств для проведения текущей и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Фонд оценочных средств текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины представлен в приложении.

[Фонд оценочных средств](#)

5. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

5.1. Основная литература

5.1.1. Печатные издания

1. Монич, И.П. Маркетинг : учеб. пособие / И. П. Монич. - Чита : ЗабГУ, 2014.

5.1.2. Издания из ЭБС

1. Карпова, С.В. Брендинг : Учебник и практикум / Карпова Светлана Васильевна; Карпова С.В., Захаренко И.К. - 2-е изд. - М. : Издательство Юрайт, 2017. – 439 с. <https://www.biblio-online.ru/book/B17812C5-330C-46D5-8080-1365528DED64>
2. Музыкант, В.Л. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 1. Стратегии, эффективный брендинг : учебник и практикум для академического бакалавриата / В. Л. Музыкант. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 342 с. <https://www.biblio-online.ru/book/F190651B-D19A-4773-B940-62F6188BB049>
3. Пономарёва, Е.А. Бренд-менеджмент : Учебник и практикум / Пономарёва Елена Анатольевна; Пономарёва Е.А. - М. : Издательство Юрайт, 2017. – 341 с. <https://www.biblio-online.ru/book/172BC42F-8634-4568-889B-F5AEFD8624BC>
4. Тульчинский, Г.Л. Бренд-менеджмент. Брендинг и работа с персоналом : Учебное пособие / Тульчинский Григорий Львович; Тульчинский Г.Л., Терентьева В.И. - 2-е изд. - Computer data. - М. : Издательство Юрайт, 2018. – 255 с. <https://www.biblio-online.ru/book/A49FECB9-B8EE-4736-8714-450457BD2C55>

5.2. Дополнительная литература

5.2.1. Печатные издания

1. Ванэкен, Брэд. Бренд-помощь. Простое руководство, которое поможет решить проблемы брендинга / Ванэкен Брэд; пер. с англ. И.Малковой. - Санкт-Петербург : Питер, 2005. - 336 с.
2. Горчакова, В.Г. Психология создания персонального бренда : учеб. пособие / Горчакова Валентина Григорьевна. - Москва : Дело и сервис, 2010. - 335 с

5.2.2. Издания из ЭБС

1. Рожков, И.Я. Брендинг: учебник для бакалавров / И. Я. Рожков, В. Г. Кисмерешкин. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 331 с.
2. Чернышева, А.М. Брендинг: учебник для бакалавров / А. М. Чернышева, Т. Н. Якубова. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 504 с.

5.3. Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

ЭБС «Троицкий мост» www.trmost.ru, ЭБС «Лань» www.e.lanbook.ru, ЭБС «Лань» www.e.lanbook.ru, ЭБС «Юрайт» www.biblio-online.ru, ЭБС «Юрайт» www.biblio-online.ru, «Консультант студента» www.studentlibrary.ru, ЭБС «Консультант студента» www.studentlibrary.ru.

6. Перечень программного обеспечения

Программное обеспечение общего назначения: ОС Microsoft Windows, Microsoft Office, ABBYY FineReader, ESET NOD32 Smart Security Business Edition, Foxit Reader, АИБС "МераПро".

Программное обеспечение специального назначения:

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Наименование помещений для проведения учебных занятий и для самостоятельной работы обучающихся	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы
Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа	Состав оборудования и технических средств обучения указан в паспорте аудитории, закрепленной расписанием по факультету
Учебные аудитории для проведения практических занятий	

Учебные аудитории для промежуточной аттестации	
Учебные аудитории для проведения групповых и индивидуальных консультаций	Состав оборудования и технических средств обучения указан в паспорте аудитории, закрепленной расписанием по кафедре
Учебные аудитории для текущей аттестации	
Помещение для самостоятельной работы	

8. Методические рекомендации по организации изучения дисциплины

В процессе изучения данного курса, студенты должны выполнить ряд индивидуальных заданий. Требования к каждому из них выдается на предварительном занятии. Студент в качестве самостоятельной подготовки рассматривает, изучает серию этих вопросов, которые на семинаре обсуждаются, анализируются в ходе дискуссии, с применением технологии критического мышления. В работе на семинаре базовой информацией служит материал предыдущих лекций и семинаров. Важно помнить, что необходимо опираться на рассматриваемые ранее примеры из областей социально-культурный сервис и индустрия моды и красоты.

Защита мини-проектов «Мой бренд». На первом занятии студентам дается задание к концу изучения дисциплины разработать мини-проект бренда. Выбирается область проектирования: социально-культурный сервис или индустрия моды и красоты. Постепенно знакомясь с особенностями проектирования, технологиями, творческими методами разработки бренда, студент создает свой бренд по формуле «Колесо бренда». На итоговом занятии студенты презентуют свои идеи по алгоритму:

1. Название бренда.
2. Область брендинга (социально-культурный сервис или индустрия моды и красоты).
3. Сущность бренда
4. Особенности характеристики.
5. Визуализация и вербализация бренда.

Вопросы для дополнительной самостоятельной подготовки предлагаются студентам для самостоятельной работы и углубления и расширения профессионального кругозора и компетентности в области профессии.

Терминологическая работа. На протяжении всего семестра студент должен вести словарь терминов, фиксируя их в специальной или рабочей тетради. Важно владеть терминологией, понимать значения этих слов, учиться ими оперировать в профессиональной речи. На одном из любого занятия в модуле (примерно один раз в месяц) проводится терминологическая работа. Студенты получают задание дать определение термину, либо по определению понять определяемое слово. В терминологической работе, как правило, 5-6 терминов.

Для заочной формы обучения

К зачету.

Выполнить конспекты и разместить в формате PDF в ЛК студента (см. индивидуальные задания, раздел 3.1.) индивидуальные задания семинара 2,3,4,5,6, 9, 10,12,13,14,16,17.

Семинар 1, 6, 7, 8,11, 15 проводятся очно, во время занятий на сессии.

Семинар 18 не проводится. Проекты сдаются на проверку преподавателю, по ним выставляется оценка и баллы.

**Рассмотрена на заседании кафедры
(протокол от 31.08.2020 г. № 1)**

Согласована с выпускающей кафедрой

Заведующий кафедрой

«____» _____ 20____ г.