



ФГОС ВО
(версия3++)

БРЕНДИНГ ТЕРРИТОРИЙ
Рабочая программа дисциплины

ЧЕЛЯБИНСК
ЧГИК
2026

**МИНИСТЕРСТВО КУЛЬТУРЫ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ЧЕЛЯБИНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ КУЛЬТУРЫ»**

Кафедра философии и культурологии

БРЕНДИНГ ТЕРРИТОРИЙ

Рабочая программа дисциплины

**программа бакалавриата
«Арт-проектирование»
по направлению подготовки
51.03.01 Культурология
квалификация: бакалавр**

**Челябинск
ЧГИК
2026**

УДК 659(073)
ББК 65.47я73
Б 87

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО (версия 3++) «Культурология» по направлению подготовки 51.03.03 арт-проектирование.

Автор-составитель: Н. В. Долдо, заведующая кафедрой философии и культурологии, кандидат культурологии, доцент

Рабочая программа дисциплины как составная часть ОПОП на заседании совета культурологического факультета рекомендована к рассмотрению экспертной комиссией, протокол № 8 от 22.04.2023.

Экспертиза проведена 15.05.2023, акт № 2023/К.

Рабочая программа дисциплины как составная часть ОПОП утверждена на заседании Ученого совета института протокол № 8 от 29.05.2023.

Срок действия рабочей программы дисциплины продлен на заседании Ученого совета института:

Учебный год	№ протокола, дата утверждения
2020/21	протокол № 8 от 18.05.2020
2021/22	протокол № 8 от 31.05.2021
2022/23	протокол № 8 от 30.06.2022
2023/24	протокол № 8 от 29.05.2023
2024/25	Протокол № 11 от 27.05.2024
2025/26	Протокол № 8 от 26.05.2025
2026/27	Протокол № 10 от 25.05.2026

Б 87 Брендинг территорий: рабочая программа дисциплины: программа бакалавриата «Культурология» по направлению подготовки 51.03.03 арт-проектирование, квалификация: бакалавр, авт.-сост. Н. В. Долдо ; Челябинский государственный институт культуры. – Челябинск, 2026. – 26 с. – (ФГОС ВО версия 3++). – Текст : непосредственный.

Рабочая программа дисциплины включает: перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы; указание места дисциплины в структуре ОПОП; объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся; содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам), с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий; перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине; фонд оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине; перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины; перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети Интернет, необходимых для освоения дисциплины; методические указания для обучающихся по освоению дисциплины; перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения; описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине.

© Челябинский государственный
институт культуры, 2026

2. СОДЕРЖАНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

СОДЕРЖАНИЕ

Аннотация.....	6
1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.....	7
2. Место дисциплины в структуре образовательной программы.....	8
3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем(по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся.....	8
4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий.....	9
4.1. Структура преподавания дисциплины.....	9
4.1.1. Матрица компетенций.....	10
4.2. Содержание дисциплины.....	10
5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.....	12
5.1. Общие положения.....	12
5.2. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы.....	13
5.2.1. Содержание самостоятельной работы.....	13
5.2.2. Методические указания по выполнению самостоятельной работы.....	13
5.2.3. Перечень печатных и электронных образовательных и информационных ресурсов необходимых для самостоятельной работы.....	14
6. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине.....	14
6.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы.....	14
6.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания.....	16
6.2.1. Показатели и критерии оценивания компетенций на различных этапах их формирования.....	16
6.2.2. Описание шкал оценивания.....	17
6.2.2.1. Описание шкалы оценивания ответа на зачете и (или) экзамене.....	17
6.2.2.2. Описание шкалы оценивания.....	17
6.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, владений, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы.....	18
6.3.1. Материалы для подготовки к зачету и (или) экзамену.....	18
6.3.2. Темы и методические указания по подготовке рефератов, эссе и творческих заданий по дисциплине.....	19
6.3.3. Методические указания по выполнению курсовой работы.....	19
6.3.4. Типовые задания для проведения текущего контроля формирования компетенций.....	19
6.3.4.1. Планы семинарских занятий.....	19
6.3.4.2. Задания для практических занятий.....	19
6.3.4.3. Темы и задания для мелкогрупповых/индивидуальных занятий.....	19
6.3.4.4. Типовые темы и задания контрольных работ (контрольного урока).....	19
6.3.4.5. Тестовые задания.....	20
6.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и владений, характеризующих этапы формирования компетенций.....	20

7. Перечень печатных и электронных образовательных и информационных ресурсов необходимых для освоения дисциплины.....	21
7.1. Печатные и (или) электронные образовательные ресурсы.....	21
7.2. Информационные ресурсы.....	21
7.2.1. Профессиональные базы данных и информационные справочные системы. 21	
7.2.2. Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет.....	22
8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.....	22
9. Описание материально-технического обеспечения, необходимого для осуществления образовательного процесса по дисциплине.....	24
Лист изменений в рабочую программу дисциплины.....	25

3. СОСТАВЛЕНИЕ АННОТАЦИИ

Аннотация

1	Индекс и название дисциплины по учебному плану	ФТД.03 Брендинг территории
2	Цель дисциплины	Изучении современных стратегий управления брендом, формировании навыков управления брендом как коммуникационным продуктом
3	Задачи дисциплины заключаются в:	– освоении маркетинговыми технологиями и технологиями бренд-менеджмента; – освоении технологиями сегментирования рынка, позиционирования продуктов и компаний, оценкой конкурентоспособности продуктов и конкурентов; – понимании корпоративных стандартов, регламентов и иных локальных нормативных актов, регламентирующих профессиональную деятельность.
4	Планируемые результаты освоения	УК–3
5	Общая трудоемкость дисциплины составляет	в зачетных единицах – 6 в академических часах – 216
6	Разработчики	Н. В. Долдо, заведующая кафедрой философии и культурологии, кандидат культурологии, доцент

4. ОСНОВНЫЕ ПУНКТЫ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

1. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

В процессе освоения основной профессиональной образовательной программы (далее – ОПОП) обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине:

Таблица 1

Планируемые результаты освоения ОПОП	Перечень планируемых результатов обучения (индикаторы достижения компетенций)			
	Код индикато ра	Элементы компетен- ций	по компетенции в целом	по дисциплине
1	2	3	4	5
УК–3. Способен осуществлять социальное взаимодействи е и реализовывать свою роль в команде	УК-3.1	Знать:	– технологии сегментирования рынка, позиционирования продуктов и компаний, оценки конкурентоспособности продуктов и конкурентов; – корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регламентирующие профессиональную деятельность	– технологии сегментирования рынка, позиционирования продуктов и компаний, оценки конкурентоспособности продуктов и конкурентов; – корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регламентирующие профессиональную деятельность
	УК-3.2	Уметь:	– разрабатывать концептуальные и стратегические документы в области маркетинга; – разрабатывать план мероприятий по продвижению продукции СМИ; – интегрировать различные средства продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций; – осуществлять планирование мероприятий по продвижению продукции, планирование расходов на их проведение	– разрабатывать концептуальные и стратегические документы в области маркетинга; – разрабатывать план мероприятий по продвижению продукции СМИ; – интегрировать различные средства продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций; – осуществлять планирование мероприятий по продвижению продукции, планирование расходов на их проведение
	УК-3.3	Владеть:	– маркетинговыми	– маркетинговыми

			технологиями и технологиями бренд-менеджмента; – технологиями сегментирования рынка, позиционирования продуктов и компаний, оценкой конкурентоспособности продуктов и конкурентов; – пониманием корпоративных стандартов, регламентов и иных локальных нормативных актов, регламентирующих профессиональную деятельность	технологиями и технологиями бренд-менеджмента; – технологиями сегментирования рынка, позиционирования продуктов и компаний, оценкой конкурентоспособности продуктов и конкурентов; – пониманием корпоративных стандартов, регламентов и иных локальных нормативных актов, регламентирующих профессиональную деятельность
--	--	--	--	--

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Дисциплина входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений учебного процесса.

Дисциплина логически и содержательно-методически взаимосвязана с дисциплинами: «История мировой культуры», «История музыки, театра и кино».

Освоение дисциплины будет необходимо при изучении дисциплин: «Теория культуры», «История русской культуры», «Социология культуры», прохождении практик и подготовке к государственной итоговой аттестации.

3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ В ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦАХ С УКАЗАНИЕМ КОЛИЧЕСТВА АКАДЕМИЧЕСКИХ ЧАСОВ, ВЫДЕЛЕННЫХ НА КОНТАКТНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ С ПРЕПОДАВАТЕЛЕМ(ПО ВИДАМ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ) И НА САМОСТОЯТЕЛЬНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Общая трудоемкость дисциплины в соответствии с утвержденным учебным планом составляет 6 зачетных единиц, 216 часов

Таблица 2

Вид учебной работы	Всего часов	
	Очная форма	Заочная форма
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	144	144
– Контактная работа(всего)	74,3	28
в том числе:		
лекции	40	8
семинары	32	6
практические занятия	–	–
мелкогрупповые занятия	–	–
индивидуальные занятия	–	–
консультация в рамках промежуточной аттестации	2	2

иная контактная работа (ИКР) в рамках промежуточной аттестации	0,3	2
консультации (конс.)	5 % от лекционных час.	6
контроль самостоятельной работы (КСР)		4
– Самостоятельная работа обучающихся (всего)	43	109
– Промежуточная аттестация обучающегося – экзамен: контроль	26,7	21

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ, СТРУКТУРИРОВАННОЕ ПО ТЕМАМ (РАЗДЕЛАМ) С УКАЗАНИЕМ ОТВЕДЕННОГО НА НИХ КОЛИЧЕСТВА АКАДЕМИЧЕСКИХ ЧАСОВ И ВИДОВ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ

4.1. Структура преподавания дисциплины

Таблица 3

Очная форма обучения							
Наименование разделов, тем	Общая трудоемкость (всего час.)	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся, и трудоемкость (в академ. час.)				Форма промежуточной аттестации (по семестрам) в т. ч. с контактной работой	
		Контактная работа					с/р
		лек .	сем.	практ.	инд.		
1	2	3	4	5	6	7	8
Тема 1. Роль и значение брендинга	28	6		-		22	Просмотр практических работ
Тема 2. Идентичность бренда	28	6		-		22	Просмотр практических работ
Тема 3. Разработка идентификаторов бренда	51,8	8		16		27,8	Просмотр практических работ
Консультации ПА Контроль самостоятельной работы Зачет 2 сем.	0,2						
Итого в 2 сем.	108	20	-	16	-	71,8	0,2
Тема 4. Разработка и создание бренда	32	6		16		10	Просмотр практических работ
Тема 5 Позиционирование бренда	22	6		-		16	Просмотр практических работ
Тема 6. Управление эффективностью брендинга	25	8		-		17	Просмотр практических работ
Консультации ПА Контроль самостоятельной работы Экзамен3 сем.	29						конс. ПА – 2 час. ИКР – 0,3 час. / Экзамен 26,7

Итого в 3 сем.	108	20	-	16	-	43	29
Всего подисциплине	216	40	-	32	-	114,8	29,2

Заочная форма обучения

Наименование разделов, тем	Общая трудоемкость (всего час.)	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся, и трудоемкость (в академ. час.)				Форма промежуточной аттестации (по семестрам) в т. ч. с контактной работой	
		Контактная работа					с/р
		лек ·	сем. / конс, КСР	практ. / конс, КСР	инд. / конс, КСР		
1	2	3	4	5	6	7	8
Тема 1. Роль и значение брендинга	31	1		-		30	Просмотр практических работ
Тема 2. Идентичность бренда	31	1		-		30	Просмотр практических работ
Тема 3. Разработка идентификаторов бренда	36	2		2		32	Просмотр практических работ
Консультации ПА Контроль самостоятельной работы Зачет 2 сем.	6 4					4 2	ИКР – 2 час. / Зачет 2 час
Итого в 2 сем.	108	4	-	2	-	98	4
Тема 4. Разработка и создание бренда	36	2		4		30	Просмотр практических работ
Тема 5 Позиционирование бренда	32	2		-		30	Просмотр практических работ
Тема 6. Управление эффективностью брендинга	23	2		-		21	Просмотр практических работ
Консультации ПА Контроль самостоятельной работы Экзамен 3 сем.	11 6					4 2	конс. ПА – 2 час. ИКР – 2 час. / Экзамен 7
Итого в 3 сем.	108	6	-	4	-	87	11
Всего по дисциплине	216	10	-	6	-	185	15

Таблица 4

4.1.1. Матрица компетенций

Наименование разделов, тем	ПК-1
1	2
Тема 1. Роль и значение брендинга	+
Тема 2. Идентичность бренда	+
Тема 3. Разработка идентификаторов бренда	+

<i>Зачет во 2 сем.</i>	+
Тема 4. Разработка и создание бренда	+
Тема 5 Позиционирование бренда	+
Тема 6. Управление эффективностью брендинга	+
<i>Экзамен 1 семестр</i>	+

4.2. Содержание дисциплины

Тема 1. Роль и значение брендинга. Стратегический бренд-менеджмент. Сущность и специфика бренда. Бренд как семиотический знак. Ключевые функции бренда. Значение бренда для потребителей. Основные функции бренд менеджмента и бренд-маркетинга. Значения бренда для производителей. Значение бренда и брендинга для различных возрастных и целевых групп. Этапы стратегического бренд-менеджмента. Стратегии бренд-менеджмента. Природа, сущность и специфика понятия «идентичность бренда». Отличие характерных особенностей бренда от его имиджа. Отличие характерных особенностей бренда от его позиционирования. Художественно-графические особенности бренда. Современные тенденции в дизайн-проектировании бренда. Структурные модели идентичности бренда.

Тема 2. Идентичность бренда. Сущность и содержание бренд-менеджмента. Сущность и содержание понятий: товарный знак, торговая марка, правовая система охраны и защиты брендов. Российское законодательство в области защиты торговых марок. Международная регистрация торговых марок. Регистрация товарных знаков в России. Роль бренд-менеджмента в маркетинговой деятельности. Стратегическое значение бренд-менеджмента. Концепции бренд-менеджмента (традиционный, управление активами торговой марки, эмпирический, бренд-билдинг и др.) Модели марочных стратегий.

Тема 3. Разработка идентификаторов бренда. Правовые аспекты брендинга. Управление коммуникациями бренда. Управление взаимодействием с потребителями. Управление развитием брендов. Финансовые аспекты брендинга. Сущность и специфика понятий «аудит бренда», «архитектура брендов», «портфель брендов». Цель, задачи, содержание и последовательность аудита портфеля брендов. Специфика оптимизации портфеля брендов. Цель, задачи, содержание и последовательность аудита архитектуры брендов. Специфика оптимизации архитектуры брендов. Цель, задачи, содержание и последовательность аудита капитала бренда. Цель, задачи, содержание и последовательность аудита отдельного бренда. Стоимостной подход в бизнесе, менеджменте и маркетинге. Нематериальные активы компании. Роль нематериальных активов в мировой и российской экономике. Бренд как нематериальный актив. Брендинг и финансовый менеджмент.

Тема 4. Разработка и создание бренда. Имя бренда, как основной элемент идентификации. Типы брендов. Суть бренда. Индивидуальность бренда. Определение границ бренда и расширения бренда. Стандарты и системы идентичности. Архитектура бренда. Уровни бренд-менеджмента. Брендинг товара, брендинг ассортиментной группы, брендинг товарного семейства, зонтичный брендинг. Компания как бренд. Способы формирования осведомленности о бренде. Доступность и ценность бренд-менеджмента. Эмоциональная связь с брендом. Способы создания торговой марки. Популярность брендов. Процессы разработки бренда состоящие из следующих этапов: проведение маркетинговых исследований; генерация идей; разработка товарного знака;

регистрация словесного товарного знака; разработка логотипа и упаковки; проверка упаковки на рекламоспособность; регистрация изобразительного товарного знака и упаковки; разработка и производство рекламных материалов; разработка общей стратегии рекламной деятельности, включая креативную и медиа-стратегии; производство рекламных материалов, медиа-планирование, размещение рекламных материалов; проведение мероприятий по продвижению торговой марки.

Тема 5. Позиционирование бренда. Позиционирование на основе конкуренции. Позиционирование на основе цели – сущность бренда, категории. Объединение позиционирования на основе цели и уравнение ценности. Вызовы эффективного позиционирования.

Тема 6. Управление эффективностью брендинга. Управление портфелем бренда. Цели, задачи и основные принципы управления портфелем брендов. Стратегическое значение бренд-менеджмента в корпоративном портфеле. Системы суббрендов. Стратегические коммуникации бренда. Разработка стратегии инвестиций в коммуникации бренда. Реклама бренда. Продвижение бренда инструментами и методами PR. Промоушн. Стимулирование сбыта, направленное на потребителя. Коммуникационные инструменты воздействия на потребителей. Интегрированный маркетинг бренда. Оценка стоимости бренда Система измерения капитала бренда. Параметры системы измерения марочного капитала – проблемы, оценка эффективности. Модели капитала бренда. Основные финансовые методы оценки брендов за рубежом. Оценка бренда в РФ.

5. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

5.1. Общие положения

Самостоятельная работа обучающихся – особый вид познавательной деятельности, в процессе которой происходит формирование оптимального для данного индивида стиля получения, обработки и усвоения учебной информации на основе интеграции его субъективного опыта с культурными образцами.

Самостоятельная работа может быть аудиторной и внеаудиторной.

Аудиторная самостоятельная работа осуществляется на практических занятиях. Внеаудиторная самостоятельная работа может осуществляться:

– в контакте с преподавателем: на консультациях по учебным вопросам, в ходе творческих контактов, при ликвидации задолженностей, при выполнении индивидуальных заданий ит. д.;

– без контакта с преподавателем: в аудитории для индивидуальных занятий, в библиотеке, дома, в общежитии и других местах при выполнении учебных и творческих заданий.

Внеаудиторная самостоятельная работа, прежде всего, включает повторение материала, изученного в ходе аудиторных занятий; работу с основной и дополнительной литературой и интернет-источниками; подготовку к практическим занятиям; выполнение заданий, вынесенных преподавателем на самостоятельное изучение; научно-исследовательскую и творческую работу обучающегося.

Целью самостоятельной работы обучающегося является:

- формирование приверженности к будущей профессии;

- систематизация, закрепление, углубление и расширение полученных знаний умений, владений;
- формирование умений использовать различные виды изданий (официальные, научные, справочные, информационные и др.);
- развитие познавательных способностей и активности обучающегося (творческой инициативы, самостоятельности, ответственности и организованности);
- формирование самостоятельности мышления, способностей к саморазвитию, самосовершенствованию, самореализации;
- развитие исследовательского и творческого мышления.

Самостоятельная работа является обязательной для каждого обучающегося, и ее объем по каждой дисциплине определяется учебным планом. Методика ее организации зависит от структуры, характера и особенностей изучаемой дисциплины, индивидуальных качеств и условий учебной деятельности.

Для эффективной организации самостоятельной работы обучающийся должен:
знать:

- систему форм и методов обучения в вузе;
- основы научной организации труда;
- методики самостоятельной работы;
- критерии оценки качества выполняемой самостоятельной работы;

уметь:

- проводить поиск в различных поисковых системах;
- использовать различные виды изданий;
- применять методики самостоятельной работы с учетом особенностей изучаемой дисциплины;

владеть:

- навыками планирования самостоятельной работы;
- навыками соотнесения планируемых целей и полученных результатов в ходе самостоятельной работы;
- навыками проектирования и моделирования разных видов и компонентов профессиональной деятельности.

Методика самостоятельной работы предварительно разъясняется преподавателем и в последующем может уточняться с учетом индивидуальных особенностей обучающихся. Время и место самостоятельной работы выбираются обучающимися по своему усмотрению, но с учетом рекомендаций преподавателя.

Самостоятельную работу над дисциплиной следует начинать с изучения рабочей программы дисциплины, которая содержит основные требования к знаниям, умениям и владениям обучаемых. Обязательно следует помнить рекомендации преподавателя, данные в ходе установочного занятия, а затем – приступать к изучению отдельных разделов и тем в порядке, предусмотренном рабочей программой дисциплины.

5.2. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы

Таблица 5

5.2.1. Содержание самостоятельной работы

Наименование разделов, темы	Содержание самостоятельной работы	Форма контроля
Тема 1. Роль и значение брендинга	Самостоятельная работа №1	Проверка самостоятельных заданий

Тема 2. Идентичность бренда	Самостоятельная работа №2	Проверка самостоятельных заданий
Тема 3. Разработка идентификаторов бренда..	Самостоятельная работа №3	Проверка самостоятельных заданий
Тема 4. Разработка и создание бренда	Самостоятельная работа №4	Проверка самостоятельных заданий
Тема 5. Позиционирование бренда	Самостоятельная работа № 5	Проверка самостоятельных заданий
Тема 6. Управление эффективностью брендинга	Самостоятельная работа № 6	Проверка самостоятельных заданий

5.2.2. Методические указания по выполнению самостоятельной работы

Самостоятельная работа № 1. Тема 1. Роль и значение брендинга.

Цель работы: изучить роль и значение брендинга

Задание и методика выполнения: выполнить подборку специальной литературы, по теме «Тема 1. Роль и значение брендинга» и подготовиться к работе на практическом занятии.

Самостоятельная работа № 2. Тема 2. Идентичность бренда

Цель работы: изучить основные методы формирования идентичности бренда

Задание и методика выполнения: выполнить подборку специальной литературы, по теме «Идентичность бренда» и подготовиться к работе на практическом занятии.

Самостоятельная работа № 3. Тема 3. Разработка идентификаторов бренда.

Цель работы: изучить основы методы разработки идентификаторов бренда.

Задание и методика выполнения: выполнить подборку специальной литературы, по теме «Разработка идентификаторов бренда» и подготовиться к работе на практическом занятии

Самостоятельная работа № 4. Тема 4. Разработка и создание бренда.

Цель работы: изучить методику создания бренда.

Задание и методика выполнения: выполнить подборку специальной литературы, по теме, «Разработка и создание бренда», и подготовиться к работе на практическом занятии

Самостоятельная работа № 5. Тема 5. Позиционирование бренда.

Цель работы: изучить принципы позиционирования бренда.

Задание и методика выполнения: выполнить подборку специальной литературы, по теме, «Позиционирование бренда», и подготовиться к работе на практическом занятии

Самостоятельная работа № 6. Тема 6. Управление эффективностью брендинга.

Цель работы: изучить методы эффективного управления брендом.

Задание и методика выполнения: выполнить подборку специальной литературы, по теме, «Управление эффективностью брендинга», и подготовиться к работе на

практическом занятии.

5.2.3. Перечень печатных и электронных образовательных и информационных ресурсов необходимых для самостоятельной работы

См. Раздел 7. Перечень печатных и электронных образовательных и информационных ресурсов необходимых для освоения дисциплины.

<http://fgosvo.ru/> – Портал Федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования.

<http://gramota.ru/> – Справочно-информационный портал **Грамота.ру** – русский язык для всех.

<https://grants.culture.ru/> – Культура. Гранты России. Общероссийская база конкурсов и грантов в области культуры и искусства.

<https://openedu.ru> – Открытое образование.

<https://президентскиегранты.рф> – Фонд президентских грантов.

<https://rsv.ru> – Россия – страна возможностей.

6. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

6.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Таблица 6

Паспорт фонда оценочных средств для текущей формы контроля

Наименование разделов, темы	Планируемые результаты освоения ОПОП	Коды индикаторов достижения компетенций	Наименование оценочного средства
1	2	3	4
Тема 1. Роль и значение брендинга	УК-3. Способен разрабатывать маркетинговые стратегии концепции продвижения продукции СМИ.	УК-3.1 УК-3.2 УК-3.3	– Самостоятельная работа № 1 «Тема 1. Роль и значение брендинга».
Тема 2. Идентичность бренда	УК-3. Способен разрабатывать маркетинговые стратегии концепции продвижения продукции СМИ.	УК-3.1 УК-3.2 УК-3.3	– Самостоятельная работа № 2 «Тема 2. Идентичность бренда»
Тема 3. Разработка идентификатора в бренда.	УК-3. Способен разрабатывать маркетинговые стратегии концепции	УК-3.1 УК-3.2 УК-3.3	– Практическая работа № 3 «Тема 3. Разработка идентификаторов бренда.» – Самостоятельная работа № 3 «Тема 3. Разработка

	продвижения продукции СМИ.		идентификаторов бренда»
Тема 4. Разработка и создание бренда	УК-3. Способен разрабатывать маркетинговые стратегии и концепции продвижения продукции СМИ.	УК-3.1	– Практическая работа № 4 «Тема 4. Разработка и создание бренда» – Самостоятельная работа № 4 «Тема 4. Разработка и создание бренда»
		УК-3.2	
		УК-3.3	
Тема 5 Позиционирова ние бренда	УК-3. Способен разрабатывать маркетинговые стратегии и концепции продвижения продукции СМИ.	УК-3.1	– Самостоятельная работа № 6 «Тема 5 Позиционирование бренда»
		УК-3.2	
		УК-3.3	
Тема 6. Управление эффективност ью брендинга	УК-3. Способен разрабатывать маркетинговые стратегии и концепции продвижения продукции СМИ.	УК-3.1	– Самостоятельная работа № 6 «Тема 6. Управление эффективностью брендинга»
		УК-3.2	
		УК-3.3	

Таблица 7

Паспорт фонда оценочных средств для промежуточной аттестации

Наименование разделов, темы	Планируемые результаты освоения ОПОП	Коды индикаторов достижения компетенций	Наименование оценочного средства
1	2	3	4
Тема 1. Роль и значение брендинга	УК-3. Способен разрабатывать маркетинговые стратегии и концепции продвижения продукции СМИ.	УК-3.1	– практико- ориентированное задание № 1 – Вопросы к зачету (2 семестра) № 1-10
		УК-3.2	
		УК-3.3	
Тема 2. Идентичность бренда	УК-3. Способен разрабатывать маркетинговые стратегии и концепции продвижения продукции СМИ.	УК-3.1	– практико- ориентированное задание № 1 – Вопросы к зачету (2 семестра) № 1-10
		УК-3.2	
		УК-3.3	
Тема 3. Разработка идентификаторов бренда.	УК-3. Способен разрабатывать маркетинговые стратегии и концепции продвижения продукции СМИ.	УК-3.1	– практико- ориентированное задание № 1 – Вопросы к зачету (2 семестра) № 1-10
		УК-3.2	
		УК-3.3	
Тема 4. Разработка и	УК-3. Способен разрабатывать	УК-3.1	– практико- ориентированное задание
		УК-3.2	

создание бренда	маркетинговые стратегии и концепции продвижения продукции СМИ.	УК-3.3	№ 2 – Вопросы к экзамену (3 семестра) № 11-20
Тема 5 Позиционирование бренда	УК-3. Способен разрабатывать маркетинговые стратегии и концепции продвижения продукции СМИ.	УК-3.1 УК-3.2 УК-3.3	– практико-ориентированное задание № 2 – Вопросы к экзамену (3 семестра) № 11-20
Тема 6. Управление эффективностью брендинга	УК-3. Способен разрабатывать маркетинговые стратегии и концепции продвижения продукции СМИ.	УК-3.1 УК-3.2 УК-3.3	– практико-ориентированное задание № 2 – Вопросы к экзамену (3 семестра) № 11-20

6.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

6.2.1. Показатели и критерии оценивания компетенций на различных этапах их формирования

Таблица 8

Показатели и критерии оценивания компетенций

Планируемые результаты освоения ОПОП	Показатели сформированности компетенций	Критерии оценивания
1	2	3
УК–3. Способен разрабатывать маркетинговые стратегии и концепции продвижения продукции СМИ	– понимает принципы разработки маркетинговых стратегий и концепций продвижения продукции СМИ; – применяет методики разработки маркетинговых стратегий и концепций продвижения продукции СМИ; – способен использовать знания, умения, владения в профессиональной деятельности	Обучающийся обладает необходимой системой знаний, достиг осознанного владения умениями, навыками и способами профессиональной деятельности. Демонстрирует способность анализировать, проводить сравнение и обоснование выбора методов решения заданий в практико-ориентированных ситуациях.

Таблица 9

Этапы формирования компетенций

Наименование этапа	Характеристика этапа	Формы контроля
1	2	3
Начальный (входной) этап формирования компетенций	Диагностика входных знаний в рамках компетенций.	Входное тестирование, самоанализ, устный опрос и др.
Текущий этап формирования	Выполнение обучающимися заданий, направленных на	Активная учебная лекция; семинары,

компетенций		формирование компетенций Осуществление выявления причин препятствующих эффективному освоению компетенций.	самостоятельная работа:
Промежуточный (аттестационный) этап формирования компетенций		Оценивание сформированности компетенций по отдельной части дисциплины или дисциплины в целом.	Экзамен: –выполнение практико-ориентированных заданий.

6.2.2. Описание шкал оценивания

Таблица 10

6.2.2.1. Описание шкалы оценивания ответа на экзамене

Оценка по номинальной шкале	Описание уровней результатов обучения
Отлично / Зачтено	Обучающийся показывает глубокие, исчерпывающие знания в объеме пройденной программы, уверенно действует по применению полученных знаний на практике, демонстрируя умения и владения, определенные программой. Грамотно и логически стройно излагает материал при ответе, умеет формулировать выводы из изложенного теоретического материала, знает дополнительно рекомендованную литературу. Обучающийся способен действовать в нестандартных практико-ориентированных ситуациях. Отвечает на все дополнительные вопросы. Результат обучения показывает, что достигнутый уровень оценки результатов обучения по дисциплине является основой для формирования соответствующих компетенций.
Хорошо / Зачтено	Результат обучения показывает, что обучающийся продемонстрировал результат на уровне осознанного владения учебным материалом и учебными умениями, владениями по дисциплине. Допускает незначительные ошибки при освещении заданных вопросов. Обучающийся способен анализировать, проводить сравнение и обоснование выбора методов решения заданий в практико-ориентированных ситуациях.
Удовлетворительно / Зачтено	Результат обучения показывает, что обучающийся обладает необходимой системой знаний и владеет некоторыми умениями по дисциплине. Ответы излагает хотя и с ошибками, но исправляемыми после дополнительных и наводящих вопросов. Обучающийся способен понимать и интерпретировать усвоенную информацию, что является основой успешного формирования умений и владений для решения практико-ориентированных задач.
Неудовлетворительно / Не зачтено	Результат обучения обучающегося свидетельствует об усвоении им только элементарных знаний ключевых вопросов по дисциплине. Допущенные ошибки и неточности в ходе промежуточного контроля показывают, что обучающийся не овладел необходимой системой знаний и умений по дисциплине. Обучающийся допускает грубые ошибки в ответе, не понимает сущности излагаемого вопроса, не умеет применять знания на практике, дает неполные ответы на дополнительные и наводящие вопросы.

Таблица 11

6.2.2.2. Описание шкалы оценивания

Практическое (практико-ориентированное) задание

Оценка по номинальной шкале	Характеристики ответа обучающегося
Отлично / Зачтено	Обучающийся самостоятельно и правильно решил учебно-профессиональную задачу, уверенно, логично, последовательно и аргументированно излагал свое решение, используя профессиональную терминологию.
Хорошо / Зачтено	Обучающийся самостоятельно и в основном правильно решил учебно-профессиональную задачу, уверенно, логично, последовательно и аргументированно излагал свое решение, используя профессиональную терминологию.
Удовлетворительно / Зачтено	Обучающийся в основном решил учебно-профессиональную задачу, допустил несущественные ошибки, слабо аргументировал свое решение, путаясь в профессиональных понятиях.
Неудовлетворительно / Не зачтено	Обучающийся не решил учебно-профессиональную задачу.

6.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, владений, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

6.3.1. Материалы для подготовки к зачету и экзамену

Таблица 12

Материалы, необходимые для оценки знаний (примерные теоретические вопросы) к зачету

№ п/п	Примерные формулировки вопросов	Код компетенций
1.	Какой термин в маркетинге, символизирует весь комплекс информации о компании, продукте или услуге	УК-3
2.	Что такое позиционирование	УК-3
3.	Сочетание названия какого-либо товара и его графического изображения, используемое для большей узнаваемости потребителем товара называется	УК-3
4.	Какие виды позиционирования бренда различают в зависимости от направлений маркетинговой деятельности (товарное, ценовое и т.д)	УК-3
5.	Каково существенное отличие успешного бренда	УК-3
6.	Опишите стратегию успешного начала работы нового бренда на локальном рынке	УК-3
7.	Каково главное качество бренда	УК-3
8.	Как называется процесс создания индивидуальных черт, изменения их для достижения максимальной эффективности, а также	УК-3

	составление планов антикризисного управления брендом	
9.	Опишите последовательность жизненного цикла товара	УК-3
10.	Для чего при разработке бренда пользуются социально–демографическими, психографическими, поведенческими критериями	УК-3

к экзамену

№ п/п	Примерные формулировки вопросов	Код компетенций
1.	Мониторинг измеряемых параметров бренда, сравнение текущего состояния с желаемым, коррекция стратегии или тактики применяются при.....	УК-3
2.	Для каких целей применяются медиаплан, изготовления и размещения рекламной продукции в каналах коммуникаций	УК-3
3.	Дайте определение понятию «Позиция бренда»	УК-3
4.	Дайте определение понятию «Трекинг»	УК-3
5.	Какие элементы эффективного позиционирования бренда вы можете назвать	УК-3
6.	Каково главное качество бренда	УК-3
7.	Функциональное, социальное, ментальное и духовное измерения являются основой...	УК-3
8.	Основные качества, необходимые для успешного позиционирования бренда, это:...	УК-3
9.	Что такое медиапланирование	УК-3
10.	Для каких целей применяется антикризисное управление	УК-3

Таблица 13

Материалы, необходимые для оценки умений и владений (примерные практико-ориентированные задания)

№ п/п	Темы примерных практико-ориентированных заданий	Код компетенций
1.	На примере компании (выбрать существующую) разработать идентификаторы бренда (логотип, слоган, персонаж бренда)	УК-3
2.	На примере компании (выбрать существующую) разработать элементы фирменного стиля бренда	УК-3

6.3.2. Темы и методические указания по подготовке рефератов,

эссе и творческих заданий по дисциплине

Написание рефератов (эссе, творческих заданий) не предусмотрено.

6.3.3. Методические указания по выполнению курсовой работы

Курсовая работа по дисциплине учебным планом не предусмотрена

6.3.4. Типовые задания для проведения текущего контроля

формирования компетенций

6.3.4.1. Планы семинарских занятий

Семинарские занятия по дисциплине учебным планом не предусмотрены.

6.3.4.2. Задания для практических занятий

Практическая работа № 1. Тема «Тема 3. Разработка идентификаторов бренда»

Цель работы –изучить этапы разработки идентификаторов бренда

*Задание и методика выполнения:*на примере компании (выбрать существующую) разработать идентификаторы бренда (логотип, слоган, персонаж бренда) Компьютерная графика, формат А3.

Практическая работа № 2. Тема «Тема 4. Разработка и создание бренда»

Цель работы –изучить этапы разработки и создания бренда

*Задание и методика выполнения:*На примере компании (выбрать существующую) разработать элементы фирменного стиля бренда.Компьютерная графика, формат А3.

6.3.4.3. Темы и задания для мелкогрупповых/индивидуальных занятий

Мелкогрупповые/индивидуальные занятия по дисциплине учебным планом не предусмотрены.

6.3.4.4. Типовые темы и задания контрольных работ (контрольного урока)

Контрольная работа в учебном процессе не используется.

6.3.4.5. Тестовые задания

Тестовые задания включены в фонд оценочных средств.Используются тестовые задания в форме выбор одного, двух и более правильных ответов из предложенных, установление соответствия (последовательности), кейс-задания.

6.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и компетенций

1. Нормативно-методическое обеспечение текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся осуществляется в соответствии с локальными актами вуза.

Конкретные формы и процедуры текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине отражены в 4 разделе «Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них

количества академических часов и видов учебных занятий».

Анализ и мониторинг промежуточной аттестации отражен в сборнике статистических материалов: «Итоги зимней (летней) зачетно-экзаменационной сессии».

2. Для подготовки к промежуточной аттестации рекомендуется пользоваться фондом оценочных средств:

- перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы (см. п. 6.1);
- описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания (см. п. 6.2);
- типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, владений, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы (см. п. 6.3).

3. Требования к прохождению промежуточной аттестации зачет и экзамен.

Обучающийся должен:

- своевременно и качественно выполнять практические работы;
- своевременно выполнять самостоятельные задания;

4. Во время промежуточной аттестации используются:

- список теоретических вопросов и база практических заданий, выносимых на зачет и экзамен;
- описание шкал оценивания;
- справочные, методические и иные материалы.

1. Для осуществления процедур текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья фонды оценочных средств адаптированы за счет использования специализированного оборудования для инклюзивного обучения. Форма проведения текущей и итоговой аттестации для студентов-инвалидов устанавливается с учетом индивидуальных психофизических особенностей (устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т. п.). При необходимости студенту-инвалиду предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на экзамене.

7. ПЕРЕЧЕНЬ ПЕЧАТНЫХ И ЭЛЕКТРОННЫХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ И ИНФОРМАЦИОННЫХ РЕСУРСОВ НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

7.1. Печатные и (или) электронные образовательные ресурсы¹

1. Евстигнеева, Т. В. Основы бренд-менеджмента: практикум : учебное пособие / Т. В. Евстигнеева. — Ульяновск : УлГТУ, 2022. — 151 с. — ISBN 978-5-9795-2225-8. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/322859> (дата обращения: 05.02.2024). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
2. Еремеева, Т. С. Брендинг и оценка работы персонала в деятельности социальной службы : учебное пособие / Т. С. Еремеева, Н. А. Кора. — Благовещенск : АмГУ, 2022. — 135 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/345101> (дата обращения: 05.02.2024). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
3. Инновационные маркетингово-логистические стратегии формирования социально-экономических систем : монография / Т. В. Ибрагимхалилова, Н. В. Агаркова, Л. В. Балабанова [и др.] ; под редакцией Т. В. Ибрагимхалиловой. — Донецк : ДонНУ, 2022. — 320 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/380237> (дата обращения: 05.02.2024). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

1. 7.2. Информационные ресурсы

7.2.1. Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Базы данных:

Библиотека диссертаций и рефератов России. — Режим доступа: <http://www.dslib.net>

Единое окно доступа к информационным ресурсам. — Режим доступа: <http://window.edu.ru>

Единый портал интернет-тестирования в сфере образования. — Режим доступа: www.i-exam.ru

«Киберленинка» Научная электронная библиотека. — Режим доступа: <https://cyberleninka.ru>

Научная электронная библиотека E-library. — Режим доступа: <https://elibrary.ru/defaultx.asp>

Национальная электронная библиотека — Режим доступа: <http://xn--90ax2c.xn--p1ai/>

Национальный открытый университет. — Режим доступа : <http://www.intuit.ru/>
Образовательный ресурс по AdobePhotoshop. — Режим доступа: <http://photoshoplessons.ru/>

Росинформкультура: рос.система науч.-информ. Обеспечения культур. Деятельности: офиц. сайт. — Режим доступа: <http://infoculture.rsl.ru/RSKD/main.htm>

Российская книжная палата. — Режим доступа: <http://www.bookchamber.ru/>
ФГУП НТИЦ «Информрегистр». — Режим

доступа: <http://infoereg.ru/about/itemlist/category/49-obshhie-svedeniya>

ЭБС «Лань» — Режим доступа: <http://e.lanbook.com>

¹Обеспечение обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья печатными и электронными образовательными ресурсами осуществляется в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

ЭБС «Руко́нт» — Режим доступа: <http://rucont.ru>
Электронная библиотека диссертаций РГБ – Режим
доступа: <http://www.dslib.net>;
Polpred.com. Обзор СМИ. Россия и зарубежье – Режим доступа:
<http://polpred.com/news>
Web of Science – Режим доступа: <https://web of science.com>.

Информационные справочные системы:

Гарант,
Консультант+

7.2.2. Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет

<http://www.intuit.ru/> – Национальный открытый университет

8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Комплексное изучение обучающимися дисциплины предполагает: овладение материалами лекций, учебной и дополнительной литературой, указанной в рабочей программе дисциплины; творческую работу обучающихся в ходе проведения семинарских (практических, индивидуальных) занятий, а также систематическое выполнение тестовых и иных заданий для самостоятельной работы обучающихся.

В ходе лекций раскрываются основные вопросы в рамках рассматриваемой темы, делаются акценты на наиболее сложные и интересные положения изучаемого материала, которые должны быть приняты обучающимися во внимание. Основой для подготовки обучающегося к семинарским занятиям являются лекции и издания, рекомендуемые преподавателем (см. п. 6.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, владений, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы).

Основной целью практических (индивидуальных) занятий является отработка профессиональных умений и владений навыками. В зависимости от содержания практического занятия могут быть использованы методики интерактивных форм обучения. Основное отличие активных и интерактивных упражнений и заданий в том, что они направлены не только и не столько на закрепление уже изученного материала, сколько на изучение нового.

Для выполнения заданий самостоятельной работы в письменной форме по темам обучающиеся, кроме рекомендуемой к изучению литературы, электронных изданий и интернет-ресурсов, должны использовать публикации по изучаемой теме в журналах: Советник, PR-Диалог, Информационно-аналитическая газета «PR-news», Альманах "Лаборатория рекламы, маркетинга и public relations, Рекламные идеи, Служба PR, Медиабизнес, Корпоративная имиджелогия, Рекламные технологии, Бизнес-коммуникации: маркетинг, реклама, PR, Реклама, Индустрия рекламы, Artist, Монитор, Digital Creative Arts. (задания для самостоятельной работы см. в Разделе 5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине).

Выбор методов обучения для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья определяется с учетом особенностей восприятия ими учебной информации, содержания обучения, методического и материально-технического обеспечения. В образовательном процессе используются социально-активные и рефлексивные методы обучения, технологии социокультурной реабилитации с целью

оказания помощи в установлении полноценных межличностных отношений с другими обучающимися, создания комфортного психологического климата в студенческой группе.

Оценочные средства по дисциплине с учетом вида контроля

Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Виды контроля
Аттестация в рамках текущего контроля	Средство обеспечения обратной связи в учебном процессе, форма оценки качества освоения образовательных программ, выполнения учебного плана и графика учебного процесса в период обучения студентов.	Текущий (аттестация)
Брейнрайтинг	Мозговой штурм в письменной форме, в ходе которого участники выражают свои предложения не в слух, а индивидуально в письменной форме, что позволяет на базе выдвинутой идеи формулировать новые.	Текущий (в рамках практического занятия или семинара)
Деловая и(или) ролевая игра	Коллективно-практическое занятие, позволяющее обучающимся совместно находить оптимальные варианты решений в искусственно созданных условиях, максимально имитирующих реальную обстановку (например, имитация принятия решений руководящими работниками или специалистами в различных производственных вопросах, осуществляемых при наличии конфликтных ситуаций или информационной неопределённости). Позволяет оценивать умение анализировать и решать типичные профессиональные задачи.	Текущий (в рамках практического занятия или семинара)
Экзамен	Формы отчетности обучающегося, определяемые учебным планом. Зачеты служат формой проверки качества выполнения обучающимися учебных работ, усвоения учебного материала практических и семинарских занятий. Экзамен служит для оценки работы обучающегося в течение срока обучения по дисциплине (модулю) и призван выявить уровень, прочность и систематичность полученных им теоретических и практических знаний, приобретения владения навыками самостоятельной работы, развития творческого мышления, умение синтезировать полученные знания и применять их в решении практических задач.	Промежуточный
Кейс-задача	Проблемное задание, в котором, обучающемуся предлагают осмыслить реальную профессионально ориентированную ситуацию, необходимую для решения данной проблемы в соответствующей области.	Текущий (в рамках практического занятия или сам. работы)
Портфолио	Совокупность документированных индивидуальных образовательных достижений, исследовательских, проектных и творческих работ (и отзывы на них), предназначенных для последующего их анализа, всесторонней количественной и качественной	Промежуточный (часть аттестации)

	оценки уровня обученности студента и дальнейшей коррекции процесса обучения.	
Практическая работа	Оценочное средство для закрепления теоретических знаний и отработки владения навыками и умений, способности применять знания при решении конкретных задач.	Текущий (в рамках практического занятия, сам. работы)
Проект	Комплекс учебных и исследовательских заданий, позволяющих оценить умения обучающихся самостоятельно конструировать свои знания в процессе решения практических задач и проблем, ориентироваться в информационном пространстве и уровень сформированности аналитических, исследовательских навыков, владения навыками практического и творческого мышления. Может выполняться в индивидуальном порядке или группой обучающихся.	Текущий (в рамках семинара, практического занятия или сам. работы), промежуточный (часть аттестации)

9. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ, НЕОБХОДИМОГО ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Учебные аудитории для проведения учебных занятий по дисциплине оснащены оборудованием (учебная мебель,)и техническими средствами обучения (компьютерная техника, мультимедийное оборудование, проводной интернет).

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

– лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение: MicrosoftWindows, MicrosoftOffice 2007, GoogleChrome, InternetExplorer, Kasperskyendpointsecurity 10,AdobeAcrobatReaderDC (Свободное программное обеспечение)AdobeAcrobatPro 9.0, MozillaFirefox ,AdobeCS4 DesignPremium, CorelDrawX4 , CorelDrawX7

Лист изменений в рабочую программу дисциплины

В рабочую программу дисциплины внесены следующие изменения и дополнения:

Учебный год	№ протокола, дата утверждения
2024/25	Протокол № 11 от 27.05.2024
2025/26	Протокол № 8 от 26.05.2025
2026/27	Протокол № 10 от 25.05.2026
2027/28	

Учебное издание

Автор –составитель
Наталья Валентиновна Долдо

БРЕНДИНГТЕРРИТОРИИ

Рабочая программа дисциплины

**программа бакалавриата
«Арт-проектирование»
по направлению подготовки
51.03.01 Культурология
квалификация: бакалавр**

Печатается в авторской редакции

*Подписано к печати
Формат 60х84/16
Заказ*

*Объем 2,4 п. л.
Тираж 100 экз.*

Челябинский государственный институт культуры
454091, Челябинск, ул. Орджоникидзе, 36а
Отпечатано в типографии ЧГИК. Ризограф
