

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Ястребов Олег Александрович  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 26.05.2023 13:53:45  
Уникальный программный ключ:  
ca953a0120d891083f939673078ef1a989dae18a

**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования «Российский университет дружбы народов имени Патриса  
Лумумбы»**

**Экономический факультет**

(наименование основного учебного подразделения (ОУП)-разработчика ОП ВО)

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТ В МЕЖДУНАРОДНОЙ КОМПАНИИ**

(наименование дисциплины/модуля)

**Рекомендована МССН для направления подготовки/специальности:**

38.04.02 «МЕНЕДЖМЕНТ»

(код и наименование направления подготовки/специальности)

**Освоение дисциплины ведется в рамках реализации основной профессиональной образовательной программы высшего образования (ОП ВО):**

Международный менеджмент

(наименование (профиль/специализация) ОП ВО)

2023 г.

## 1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины «Бренд-менеджмент в международной компании» является ознакомление слушателя с современной теорией и практикой бренд-менеджмента в международных компаниях, работающих на зарубежных рынках.

Для достижения поставленной цели в рамках курса решаются такие задачи как:

1. Рассмотреть теоретические аспекты бренд-менеджмента;
2. Выявить международные факторы бренд-менеджмента;
3. Проанализировать механизмы управления брендами в международных компаниях;
4. Охарактеризовать основные стратегии международного бренд-менеджмента;
5. Описать особенности бренд-менеджмента международных компаний на российском потребительском рынке.

## 2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение дисциплины «Бренд-менеджмент в международной компании» направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций (части компетенций):

Таблица 2.1. Перечень компетенций, формируемых у обучающихся при освоении дисциплины (результаты освоения дисциплины)

| Шифр  | Компетенция   | Индикаторы достижения компетенции<br>(в рамках данной дисциплины)  |
|-------|---|--|
| ОПК-1 | Способен решать профессиональные задачи на основе знания (на продвинутом уровне) экономической, организационной и управленческой теории, инновационных подходов, обобщения и критического анализа практик управления. | ОПК-1.1 - Обладает фундаментальными знаниями в области менеджмента<br>ОПК-1.2 - Умеет использовать фундаментальные знания экономической, организационной и управленческой теории для успешного выполнения профессиональной деятельности<br>ОПК-1.3 - Применяет инновационные подходы для решения управленческих задач с учетом обобщения и критического анализа передовых практик управления<br>ОПК-1.4 - Владеет навыками обоснованного выбора методов решения практических и исследовательских задач |
| ОПК-3 | Способен самостоятельно принимать обоснованные организационно-управленческие решения, оценивать их операционную и организационную   | ОПК-3.1 - Владеет методами принятия оптимальных управленческих решений в условиях динамичной бизнес-среды  |

|       |  |  |
|-------|--|--|
|       | <p>эффективность и социальную значимость, обеспечивать их реализацию в условиях сложной (в том числе кросс-культурной) и динамичной среды.</p> | <p>ОПК-3.2 - Принимает обоснованные организационно-управленческие решения</p> <p>ОПК-3.3 - Оценивает операционную и организационную эффективность и социальную значимость организационно-управленческих решений</p> <p>ОПК-3.4 - Обеспечивает реализацию организационно-управленческих решений в условиях сложной (в том числе кросс-культурной) и динамичной среды</p>  |
| ПКО-2 | <p>Способность разрабатывать стратегии развития международных компаний и их отдельных подразделений</p>  | <p>ПКО-2.1 - Определяет направления развития организации: оценивает ее текущее состояние, определяет параметры будущего состояния, оценивает бизнес-возможности организации</p> <p>ПКО-2.2 - Разрабатывает стратегию управления изменениями в организации: определяет цели и задачи стратегических изменений на корпоративном и бизнес-уровне, основные параметры и ключевые показатели эффективности разрабатываемых стратегических изменений, критерии оценки успеха стратегических изменений</p> <p>ПКО-2.3 - разрабатывает функциональные стратегии: в области производственной, логистической, управления персоналом, управления инновациями и маркетинговой деятельности</p> <p>ПКО-2.4 - Разрабатывает планы реализации стратегических изменений в организации</p> <p>ПКО-2.5 - Использует современные методы управления финансами для решения стратегических задач</p> |
| ПКО-3 | <p>способность управлять международными компаниями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями</p>                  | <p>ПКО-3.1 - Выполняет управленческие функции в организации, действующей в условиях глобализированной правовой, социо-культурной и экономической среды</p> <p>ПКО-3.2 - Разрабатывает организационные проекты реструктуризации деятельности компании, программы</p>  |

|  |  |   |
|--|--|---|
|  |  | <p>организационного развития и изменений и обеспечивает их реализацию</p> <p>ПКО-3.3 – Использует методики разработки организационных структур и информационно-управленческих систем инновационной организации, управления организационными изменениями в рабочих коллективах при внедрении новой техники и технологии</p> <p>ПКО-3.4 – Организует деятельность творческих коллективов (команд) для решения организационно-управленческих задач и руководит ими</p> <p>ПКО – 3.5 - Управляет маркетинговой деятельностью организации: планирует и контролирует ее</p> |
|--|--|---|

### 3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Дисциплина «Бренд-менеджмент в международной компании» относится к вариативной компоненте обязательной части, Блока 1 ОП ВО.

В рамках ОП ВО обучающиеся также осваивают другие дисциплины и/или практики, способствующие достижению запланированных результатов освоения дисциплины «Бренд-менеджмент в международной компании».

*Таблица 3.1. Перечень компонентов ОП ВО, способствующих достижению запланированных результатов освоения дисциплины*

| Шифр  | Наименование компетенции  | Предшествующие дисциплины/модули, практики  | Последующие дисциплины/модули, практики   |
|-------|---|---|---|
| ОПК-1 | Способен решать профессиональные задачи на основе знания (на продвинутом уровне) экономической, организационной и управленческой теории, инновационных подходов, обобщения и критического анализа практик управления. | Управленческая экономика<br>Теория организации управления<br>Финансы организаций<br>Управление международной компанией<br>International Commercial Operations Management /<br>Управление международными коммерческими операциями<br>Научно-исследовательская работа | Организационное проектирование в международной компании<br>Управление международной компанией в шеринговой экономике<br>Научно-исследовательская работа |

|       |   |   |   |
|-------|---|---|---|
| ОПК-3 | Способен самостоятельно принимать обоснованные организационно-управленческие решения, оценивать их операционную и организационную эффективность и социальную значимость, обеспечивать их реализацию в условиях сложной (в том числе кросс-культурной) и динамичной среды. | Современный стратегический анализ<br>Управление международной компанией<br>International Commercial Operations Management /<br>Управление международными коммерческими операциями<br>Глобальное экономическое пространство современного менеджмента<br>Международная логистика и управление цепями поставок | Модуль проектной деятельности<br>Междисциплинарный групповой организационный проект   |
| ПКО-2 | Способность разрабатывать стратегии развития международных компаний и их отдельных подразделений  | Управление международной компанией<br>International Commercial Operations Management /<br>Управление международными коммерческими операциями<br>Международная логистика и управление цепями поставок<br>Управление инвестициями в международном бизнесе<br>Научно-исследовательская работа                  | Организационное проектирование в международной компании<br>Междисциплинарный групповой организационный проект<br>Управление персоналом в международной компании<br>Форсайт-менеджмент<br>Управление финансами в международном бизнесе<br>Управление международной компанией в шеринговой экономике<br>Научно-исследовательская работа |
| ПКО-3 | способность управлять международными компаниями, подразделениями, группами (командами) сотрудников,   | Управление международной компанией<br>International Commercial Operations Management /<br>Управление международными коммерческими операциями  | Международный менеджмент в эпоху цифровой трансформации экономики<br>Модуль проектной деятельности<br>Организационное проектирование в  |

|                    |   |  |  |
|--------------------|---|--|--|
| проектами и сетями | и | Глобальное экономическое пространство современного менеджмента<br>Деловые коммуникации в международном менеджменте<br>Стратегия цифровой трансформации бизнеса<br>Креативность и инновации в международном бизнесе<br>Международное и государственное регулирование бизнеса<br>Лидерство и командообразование<br>Научно-исследовательская работа | международной компании<br>Междисциплинарный групповой организационный проект<br>Управление персоналом в международной компании<br>Социальное партнерство<br>Управление конкурентоспособностью международной компании<br>Управление международной компанией в шеринговой экономике<br>Научно-исследовательская работа |
|--------------------|---|--|--|

#### 4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Общая трудоемкость дисциплины «Бренд-менеджмент в международной компании» составляет 3 зачетные единицы.

Таблица 4.1. Виды учебной работы по периодам освоения ОП ВО для **ОЧНОЙ** формы обучения

| Вид учебной работы                                       | Всего, ак. ч. | Семестры |   |     |   |
|--|---------------|----------|---|-----|---|
|  |               | 1        | 2 | 3   | 4 |
| Контактная работа, ак.ч.                                 | 36            |          |   | 36  |   |
| В том числе:   |               |          |   |     |   |
| Лекции (ЛК)  | 18            |          |   | 18  |   |
| Практические/семинарские занятия (СЗ)                    | 18            |          |   | 18  |   |
| Лабораторные работы (ЛР)                                 | -             |          |   |     |   |
| Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.                | 45            |          |   | 45  |   |
| Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.                | 27            |          |   | 27  |   |
| <b>Общая трудоемкость дисциплины</b> ак. час<br>зач. ед. | <b>108</b>    |          |   | 108 |   |
|  | <b>3</b>      |          |   | 3   |   |

#### 5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 5.1. Содержание дисциплины (модуля) по видам учебной работы

| Наименование раздела дисциплины | Содержание раздела | Вид учебной работы |
|---------------------------------|--------------------|--------------------|
|---------------------------------|--------------------|--------------------|

|   |  |  |
|---|--|--|
| Раздел 1. Общая теория бренд-менеджмента  | Тема 1 Введение в дисциплину.<br>Тема 2 Теоретические аспекты бренд-менеджмента  | ЛК. СЗ<br>ЛК.СЗ  |
| Раздел 2. Технология управления бренд-менеджмента в международных компаниях.          | Тема 3 Портфель брендов и его архитектура в международных компаниях.<br>Тема 4 Марочные стратегии международных компаний.<br>Тема 5. Способы корректировки существующих брендов на потребительских рынках разных стран<br>Тема 6. Управление марочным капиталом<br>Тема 7. Управление лояльностью к бренду | ЛК. СЗ<br><br>ЛК, СЗ<br><br>ЛК, СЗ<br><br>ЛК, СЗ<br><br>ЛК |
| Раздел 3 Практические аспекты управления бренд-менеджментом в международных компаниях | Тема 8. Продвижение брендов и управление ими в условиях глобализации<br>Тема 9. Особенности бренд-менеджмента транснациональных компаний на рынке FMCG   | ЛК, СЗ<br><br>ЛК, СЗ                                       |

## 6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 6.1. Материально-техническое обеспечение дисциплины

| Тип аудитории | Оснащение аудитории  | Специализированное учебное/лабораторное оборудование, ПО и материалы для освоения дисциплины (при необходимости)  |
|---------------|--|---|
| Лекционная    | Аудитория для проведения занятий лекционного типа, оснащенная комплектом специализированной мебели; доской (экраном) и техническими средствами мультимедиа презентаций                       | ул. Миклухо-Маклая, д.6, учебная аудитория для проведения занятий <i>лекционного типа</i> , Ауд. 17:<br>Мультимедиа проектор Casio XJ-V100W - 2 шт.<br>Экран моторизованный Digis Electra 200*150 Dsem-4305 – 2 шт.<br>звуковая трибуна - 1 шт.<br>Точка доступа WiFi |
| Семинарская   | Аудитория для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная комплектом специализированной мебели и | ул. Миклухо-Маклая, д.6, Учебная аудитория для проведения занятий <i>семинарского типа</i> , для текущего контроля и промежуточных  |

|  |   |  |
|--|---|--|
|  | техническими средствами мультимедиа презентаций   | аттестаций, для самостоятельной работы, Ауд. 105:<br>Мультимедиа проектор Casio XJ-V100W Экран моторизованный Digis Electra 200*150 Dsem-4305<br>Точка доступа WiFi  |
| Компьютерный класс                     | Компьютерный класс для проведения занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная персональными компьютерами (в количестве 25 шт.), доской (экраном) и техническими средствами мультимедиа презентаций | ул. Миклухо-Макляя, д.6<br>Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа, <b>для текущего контроля и промежуточных аттестаций</b> , для самостоятельной работы, Ауд. 29:<br>21 рабочее место:<br>Моноблок Lenovo AIO-510-22ISH Intel I5 2200 MHz/8 GB/1000 GB/DVD/audio, монитор 21"<br>Мультимедиа проектор Casio XJ-V100W<br>Экран моторизованный Digis Electra 200*150 Dsem-4303<br>Точка доступа WiFi |
| Для самостоятельной работы обучающихся | Аудитория для самостоятельной работы обучающихся (может использоваться для проведения семинарских занятий и консультаций), оснащенная комплектом специализированной мебели и компьютерами с доступом в ЭИОС.  | ул. Миклухо-Макляя, д.6<br>Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа, для текущего контроля и промежуточных аттестаций, для <b>самостоятельной работы</b> , Ауд. 423:<br>10 рабочих мест:<br>Моноблок iMac i5 2700 MHz/8 GB/audio/монитор 21,5<br>Мультимедиа проектор Optoma EP761<br>Экран моторизованный Digis Electra 200*200<br>Точка доступа WiFi   |

## 7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература:

1. 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. — URL: <https://urait.ru/bcode/511517>
2. Рожков, И. Я., Кисмерешкин В.Г. Брендинг : — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 331 с. — ISBN 978-5-9916-3284-3. — URL: <https://urait.ru/bcode/484939>
3. Чернышева, А. М., Якубова Т.Н. Брендинг : учебник для бакалавров для вузов / А. М. Чернышева, Т. Н. Якубова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 504 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-2979-9. — URL: <https://urait.ru/bcode/510075>
4. Пономарёва, Е. А. Бренд-менеджмент : учебник и практикум для вузов / Е. А. Пономарёва. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 341 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9046-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489174>

*Дополнительная литература:*

1. Рожков, И. Я. Брендинг : учебник для бакалавров / И. Я. Рожков, В. Г. Кисмерешкин. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 331 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3284-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/484939>
2. Маркетинг-менеджмент : учебник и практикум для вузов / И. В. Липсиц [и др.]; под редакцией И. В. Липсица, О. К. Ойнер. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 379 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01165-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489346>

*Интернет-источники:*

1. [www.advertology.ru](http://www.advertology.ru)
2. [www.marketing.spb.ru](http://www.marketing.spb.ru)
3. [www.brandmanagement.ru](http://www.brandmanagement.ru)
4. [www.p-marketing.ru](http://www.p-marketing.ru)
5. [www.4p.ru](http://www.4p.ru)
6. [www.advi.ru](http://www.advi.ru)
7. [www.cfin.ru](http://www.cfin.ru)
8. [www.expert.ru](http://www.expert.ru)
9. [www.kafmr.rsuh.ru](http://www.kafmr.rsuh.ru)
10. [www.sostav.ru](http://www.sostav.ru)
11. [www.rbc.ru](http://www.rbc.ru)
12. [www.ram.ru](http://www.ram.ru)

✓ *Периодические издания:*

1. журнал «Бренд-менеджмент»
2. журнал «Секрет фирмы»
3. журнал «Маркетинг»
4. журнал «Маркетинг в России и за рубежом»
5. журнал «Маркетолог»
6. журнал «Маркетинг и маркетинговые исследования в России»
7. журнал «Эксперт»
8. журнал «Стратегический менеджмент»
9. журнал «Менеджмент сегодня»

Ресурсы информационно-  телекоммуникационной сети «Интернет»:

1. ЭБС РУДН и сторонние ЭБС, к которым студенты университета имеют доступ на основании заключенных договоров:

- Электронно-библиотечная система РУДН – ЭБС РУДН <http://lib.rudn.ru/MegaPro/Web>
- ЭБС «Университетская библиотека онлайн» <http://www.biblioclub.ru>
- ЭБС Юрайт <http://www.biblio-online.ru>
- ЭБС «Консультант студента» [www.studentlibrary.ru](http://www.studentlibrary.ru)
- ЭБС «Лань» <http://e.lanbook.com/>
- ЭБС «Троицкий мост»

2. Базы данных и поисковые системы:

- электронный фонд правовой и нормативно-технической документации <http://docs.cntd.ru/>
- поисковая система Яндекс <https://www.yandex.ru/>
- поисковая система Google <https://www.google.ru/>
- научная социальная сеть <https://www.researchgate.net/>

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся при освоении дисциплины «Бренд-менеджмент в международной компании» размещены в соответствии с действующим порядком на странице дисциплины в ТУИС

Ссылка на страницу дисциплины: [Курс: Бренд-менеджмент в международной компании \(rudn.ru\)](http://rudn.ru)

## **8. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ И БАЛЛЬНО-РЕЙТИНГОВАЯ СИСТЕМА ОЦЕНИВАНИЯ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

Оценочные материалы и балльно-рейтинговая система\* оценивания уровня сформированности компетенций (части компетенций) по итогам освоения дисциплины «Бренд-менеджмент в международной компании» представлены в Приложении к настоящей Рабочей программе дисциплины.

\* - ОМ и БРС формируются на основании требований соответствующего локального нормативного акта РУДН.

### **РАЗРАБОТЧИК:**

Доцент  
кафедры менеджмента



Т.Н. Якубова

### **РУКОВОДИТЕЛЬ БУП**

кафедра менеджмента



В.С. Ефремов

### **РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО:**

д.э.н., профессор кафедры менеджмента



И.Г. Владимирова