

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Ястребов Олег Александрович
Должность: Ректор
Дата подписания: 24.05.2023 10:28:20
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 (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 ОПК-1.2 - Умеет использовать фундаментальные знания экономической, организационной и управленческой теории для успешного выполнения профессиональной деятельности ОПК-1.3 - Применяет инновационные подходы для решения управленческих задач с учетом обобщения и критического анализа передовых практик управления 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 ОПК-3.3 - Оценивает операционную и организационную эффективность и социальную значимость организационно-управленческих решений ОПК-3.4 - Обеспечивает реализацию организационно-управленческих решений в условиях сложной (в том числе кросс-культурной) и динамичной среды</p>
<p>ПКО-2</p>	<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 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 ПКО-2.3 - разрабатывает функциональные стратегии: в области производственной, логистической, управления персоналом, управления инновациями и маркетинговой деятельности ПКО-2.4 - Разрабатывает планы реализации стратегических изменений в организации ПКО-2.5 - Использует современные методы управления финансами для решения стратегических задач</p>
<p>ПКО-3</p>	<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 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 Теория организации управления Финансы организаций Управление международной компанией International Commercial Operations Management / Управление международными коммерческими операциями Научно-исследовательская работа	Организационное проектирование в международной компании Управление международной компанией в шеринговой экономике 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 Управление международной компанией International Commercial Operations Management / Управление международными коммерческими операциями Глобальное экономическое пространство современного менеджмента Международная логистика и управление цепями поставок	Модуль проектной деятельности Междисциплинарный групповой организационный проект
ПКО-2	Способность разрабатывать стратегии развития международных компаний и их отдельных подразделений	Управление международной компанией International Commercial Operations Management / Управление международными коммерческими операциями Международная логистика и управление цепями поставок Управление инвестициями в международном бизнесе Научно-исследовательская работа	Организационное проектирование в международной компании Междисциплинарный групповой организационный проект Управление персоналом в международной компании Форсайт-менеджмент Управление финансами в международном бизнесе Управление международной компанией в шеринговой экономике Научно-исследовательская работа
ПКО-3	способность управлять международными компаниями, подразделениями, группами (командами) сотрудников,	Управление международной компанией International Commercial Operations Management / Управление международными коммерческими операциями	Международный менеджмент в эпоху цифровой трансформации экономики Модуль проектной деятельности Организационное проектирование в

проектами и сетями	и	Глобальное экономическое пространство современного менеджмента Деловые коммуникации в международном менеджменте Стратегия цифровой трансформации бизнеса Креативность и инновации в международном бизнесе Международное и государственное регулирование бизнеса Лидерство и командообразование Научно-исследовательская работа	международной компании Междисциплинарный групповой организационный проект Управление персоналом в международной компании Социальное партнерство Управление конкурентоспособностью международной компании Управление международной компанией в шеринговой экономике 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	
Общая трудоемкость дисциплины ак. час зач. ед.	108			108	
	3			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. Тема 2 Теоретические аспекты бренд-менеджмента	ЛК. СЗ ЛК.СЗ
Раздел 2. Технология управления бренд-менеджмента в международных компаниях.	Тема 3 Портфель брендов и его архитектура в международных компаниях. Тема 4 Марочные стратегии международных компаний. Тема 5. Способы корректировки существующих брендов на потребительских рынках разных стран Тема 6. Управление марочным капиталом Тема 7. Управление лояльностью к бренду	ЛК. СЗ ЛК, СЗ ЛК, СЗ ЛК, СЗ ЛК
Раздел 3 Практические аспекты управления бренд-менеджментом в международных компаниях	Тема 8. Продвижение брендов и управление ими в условиях глобализации Тема 9. Особенности бренд-менеджмента транснациональных компаний на рынке FMCG	ЛК, СЗ 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: Мультимедиа проектор Casio XJ-V100W - 2 шт. Экран моторизованный Digis Electra 200*150 Dsem-4305 – 2 шт. звуковая трибуна - 1 шт. 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: Мультимедиа проектор Casio XJ-V100W Экран моторизованный Digis Electra 200*150 Dsem-4305 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 Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа, для текущего контроля и промежуточных аттестаций , для самостоятельной работы, Ауд. 29: 21 рабочее место: Моноблок Lenovo AIO-510-22ISH Intel I5 2200 MHz/8 GB/1000 GB/DVD/audio, монитор 21" Мультимедиа проектор Casio XJ-V100W Экран моторизованный Digis Electra 200*150 Dsem-4303 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 Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа, для текущего контроля и промежуточных аттестаций, для самостоятельной работы , Ауд. 423: 10 рабочих мест: Моноблок iMac i5 2700 MHz/8 GB/audio/монитор 21,5 Мультимедиа проектор Optoma EP761 Экран моторизованный Digis Electra 200*200 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
2. www.marketing.spb.ru
3. www.brandmanagement.ru
4. www.p-marketing.ru
5. www.4p.ru
6. www.advi.ru
7. www.cfin.ru
8. www.expert.ru
9. www.kafmr.rsuh.ru
10. www.sostav.ru
11. www.rbc.ru
12. 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
- 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