

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Ястребов Олег Александрович
Должность: Ректор
Дата подписания: 29.04.2026 13:44:00
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

ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ КОРПОРАТИВНОГО БРЕНДА

(наименование дисциплины/модуля)

Рекомендована МССН для направления подготовки/специальности:

38.03.02 МЕНЕДЖМЕНТ

(код и наименование направления подготовки/специальности)

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

МАРКЕТИНГ

(наименование (профиль/специализация) ОП ВО)

2026 г.

1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Позиционирование корпоративного бренда» входит в программу бакалавриата «Маркетинг» по направлению 38.03.02 «Менеджмент» и изучается в 7 семестре 4 курса. Дисциплину реализует Кафедра маркетинга. Дисциплина состоит из 2 разделов и 4 тем и направлена на изучение наиболее эффективных инструментов корпоративного брендинга и наиболее оптимального построения позиционирования компаний

Целью освоения дисциплины является освоение методик современных теорий и практик зарубежного и отечественного корпоративного позиционирования

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение дисциплины «Позиционирование корпоративного бренда» 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) |
|-------|--|--|
| УК-12 | Способен: искать нужные источники информации и данные, воспринимать, анализировать, запоминать и передавать информацию с использованием цифровых средств, а также с помощью алгоритмов при работе с полученными из различных источников данными с целью эффективного использования полученной информации для решения задач; проводить оценку информации, ее достоверность, строить логические умозаключения на основании поступающих информации и данных | УК-12.1 Осуществлять поиск нужных источников информации и данных, воспринимает, анализирует, запоминает и передает информацию с использованием цифровых средств, а также с помощью алгоритмов при работе с полученными из различных источников данными с целью эффективного использования полученной информации для решения задач; УК-12.2 Проводит оценку информации, ее достоверность, строит логические умозаключения на основании поступающих информации и данных; |
| УК-2 | Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений | УК-2.1 В рамках поставленных задач определяет имеющиеся ресурсы и ограничения, действующие правовые нормы; УК-2.2 Анализирует план-график реализации проекта в целом и выбирает оптимальный способ решения поставленных задач, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений; УК-2.3 Контролирует ход выполнения проекта, корректирует план-график в соответствии с результатами контроля; |
| ПК-4 | Способность к разработке и реализации маркетинговых программ с использованием инструментов комплекса маркетинга | ПК-4.1 Применяет современные подходы при разработке концепции продукта и формировании стратегии и методики ценообразования, в том числе и на международных рынках; ПК-4.2 Использует современные подходы при разработке сбытовой политики компании и политики продвижения, а также интегрирует различные инструменты продвижения в комплексе маркетинговых коммуникаций, в том числе и на международных рынках,; ПК-4.3 Формирует, используют и создает современные техники и методы продаж, эффективную систему товародвижения и каналов сбыта, а также применяет современные подходы при оценке динамики продаж и их |

| Шифр | Компетенция | Индикаторы достижения компетенции (в рамках данной дисциплины) |
|------|---|--|
| | | прогнозировании; |
| ПК-5 | Способность управлять маркетинговой деятельностью организации | ПК-5.1 Владеет современными методиками управления маркетингом и умеет их применять в бизнес-процессе; ПК-5.2 Определяет наиболее оптимальный вариант при сравнении нескольких вариантов решения при разработке программы маркетинговой деятельности компании; ПК-5.3 Формирует имидж компании и ее продуктов в процессе осуществления деятельности на рынке; |

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Дисциплина «Позиционирование корпоративного бренда» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений блока 1 «Дисциплины (модули)» образовательной программы высшего образования.

В рамках образовательной программы высшего образования обучающиеся также осваивают другие дисциплины и/или практики, способствующие достижению запланированных результатов освоения дисциплины «Позиционирование корпоративного бренда».

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

| Шифр | Наименование компетенции | Предшествующие дисциплины/модули, практики* | Последующие дисциплины/модули, практики* |
|-------|--|--|--|
| УК-12 | Способен: искать нужные источники информации и данные, воспринимать, анализировать, запоминать и передавать информацию с использованием цифровых средств, а также с помощью алгоритмов при работе с полученными из различных источников данными с целью эффективного использования полученной информации для решения задач; проводить оценку информации, ее достоверность, строить логические умозаключения на основании поступающих информации и данных | Производственно-управленческая практика; <i>Контент-маркетинг**;</i> <i>Продвижение в социальных сетях**;</i> Цифровая грамотность; Python и SQL в экономике и управлении; <i>Навыки и технологии публичных презентаций**;</i> <i>Введение в цифровизацию учета бизнес-процессов**;</i> <i>Теория и практика международного бизнеса**;</i> <i>Тайм-менеджмент**;</i> <i>Математическая логика и теория алгоритмов**;</i> <i>Визуализация пространственных данных в экономике**;</i> <i>Комплаенс документации**;</i> <i>Управление талантами**;</i> <i>Основы налоговых правоотношений в учете**;</i> <i>Самокоучинг**;</i> <i>Корпоративное мошенничество: как обезопасить бизнес**;</i> <i>Дизайн-мышление**;</i> <i>Маркетинг впечатлений**;</i> <i>Нейромаркетинг**;</i> <i>Основы создания личного бренда**;</i> <i>Малое предпринимательство в</i> | Преддипломная практика; <i>Маркетинговая логистика**;</i> <i>Организация каналов распределения**;</i> <i>Маркетинг в зеленой экономике**;</i> |

| Шифр | Наименование компетенции | Предшествующие дисциплины/модули, практики* | Последующие дисциплины/модули, практики* |
|------|--------------------------|---|--|
| | | <p>рыночной экономике**; Прикладная финансовая математика**; Бизнес в Интернет**; Методы оптимальных решений**; Основы бизнес-аналитики**; Phygital-технологии в экономике**; Креативная экономика в городах и регионах**; Имидж территорий**; Девелопмент: городские и региональные инвестиционные проекты**; Современные финансовые технологии**; Основы финансового прогнозирования**; Цифровой банкинг**; Основы технологии продвижения в экономике и управлении**; Технологический суверенитет в многополярном мире**; Креативность и инновации в бизнесе**; Основы экономической безопасности**; Безопасность в цифровой среде**; Международные экономические организации**; "Мягкая сила" в мировой экономике**; Мировые финансовые центры**; История финансовых потрясений в мировой экономике**; Экономика и финансы устойчивого развития**; Цифровые технологии в управлении**; Психология личности и профессиональное самоопределение**; Основы международных стандартов учета и аудита**; Основы предпринимательства**; Продвинутый Excel**; Тренинг: работа с международной статистикой**; Бизнес-климат и регулирование иностранных инвестиций в РФ**; Страховой бизнес**; Умный город: практика внедрения цифровых технологий**; Основы трейдинга на фондовом рынке**; Визуализация данных с</p> | |

| Шифр | Наименование компетенции | Предшествующие дисциплины/модули, практики* | Последующие дисциплины/модули, практики* |
|------|--|--|---|
| | | <i>использованием инструментов искусственного интеллекта**;</i> Методика написания курсовой работы; | |
| УК-2 | Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений | Методы принятия управленческих решений; Экономика и организация внешнеэкономической деятельности; <i>Современные маркетинговые технологии на маркетплейсах**;</i> <i>Маркетинг продаж в электронной коммерции**;</i> Ознакомительная практика; Производственно-управленческая практика; Основы гражданского и трудового права; Экономика предприятия; Бухгалтерский учет; Финансы; <i>ATL коммуникации**;</i> <i>BTL коммуникации**;</i> | Преддипломная практика; |
| ПК-4 | Способность к разработке и реализации маркетинговых программ с использованием инструментов комплекса маркетинга | Производственно-управленческая практика; <i>Маркетинг продаж в электронной коммерции**;</i> <i>Контент-маркетинг**;</i> <i>Продвижение в социальных сетях**;</i> <i>ATL коммуникации**;</i> <i>BTL коммуникации**;</i> Маркетинговые коммуникации; Брендинг; Маркетинг продаж; Управление продуктом; <i>Ценообразование в маркетинге**;</i> <i>Политика бюджетирования в маркетинге**;</i> <i>Современные маркетинговые технологии на маркетплейсах**;</i> | Преддипломная практика; <i>Маркетинговая логистика**;</i> B2B маркетинг; <i>Организация каналов распределения**;</i> <i>Маркетинг в зеленой экономике**;</i> <i>Экологический маркетинг**;</i> |
| ПК-5 | Способность управлять маркетинговой деятельностью организации | <i>ATL коммуникации**;</i> <i>BTL коммуникации**;</i> Маркетинг в отраслях и сферах деятельности; Основы проектной деятельности в управлении маркетингом; Производственно-управленческая практика; | B2B маркетинг; <i>Маркетинг в зеленой экономике**;</i> <i>Экологический маркетинг**;</i> Преддипломная практика; |

* - заполняется в соответствии с матрицей компетенций и СУП ОП ВО

** - элективные дисциплины /практики

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Общая трудоемкость дисциплины «Позиционирование корпоративного бренда» составляет «3» зачетные единицы.

Таблица 4.1. Виды учебной работы по периодам освоения образовательной программы высшего образования для очной формы обучения.

| Вид учебной работы | ВСЕГО, ак.ч. | | Семестр(-ы) |
|---|----------------|------------|-------------|
| | | | 7 |
| Контактная работа, ак.ч. | 34 | | 34 |
| Лекции (ЛК) | 0 | | 0 |
| Лабораторные работы (ЛР) | 0 | | 0 |
| Практические/семинарские занятия (СЗ) | 34 | | 34 |
| Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч. | 47 | | 47 |
| Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч. | 27 | | 27 |
| Общая трудоемкость дисциплины | ак.ч. | 108 | 108 |
| | зач.ед. | 3 | 3 |

Общая трудоемкость дисциплины «Позиционирование корпоративного бренда» составляет «3» зачетные единицы.

Таблица 4.2. Виды учебной работы по периодам освоения образовательной программы высшего образования для очно-заочной формы обучения.

| Вид учебной работы | ВСЕГО, ак.ч. | | Семестр(-ы) |
|---|----------------|------------|-------------|
| | | | 9 |
| Контактная работа, ак.ч. | 34 | | 34 |
| Лекции (ЛК) | 0 | | 0 |
| Лабораторные работы (ЛР) | 0 | | 0 |
| Практические/семинарские занятия (СЗ) | 34 | | 34 |
| Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч. | 65 | | 65 |
| Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч. | 9 | | 9 |
| Общая трудоемкость дисциплины | ак.ч. | 108 | 108 |
| | зач.ед. | 3 | 3 |

5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

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

| Номер раздела | Наименование раздела дисциплины | Наименование темы | | Содержание темы | Вид учебной работы* |
|---------------|--|-------------------|---|--|---------------------|
| Раздел 1 | Формирование позиционирования корпоративного бренда: поиск предпосылок и механизм применения | 1.1 | Предпосылки формирования корпоративного позиционирования | Ключевые сообщения, тон общения и редакционные подходы при позиционировании | СЗ |
| | | 1.2 | Корпоративное позиционирование: влияние на развитие экономики предприятия | Формирование уникальной идентичности и отстройка от конкурентов | СЗ |
| Раздел 2 | Технология формирования корпоративного позиционирования | 2.1 | Корпоративное позиционирование: понятие и структура | Позиционирования и репутационного капитала, транслирующий во внешнюю среду информацию о конкурентных преимуществах организации | СЗ |
| | | 2.2 | Технология корпоративного позиционирования | Глобальный имидж и публичный образ компании | СЗ |

* - заполняется только по **ОЧНОЙ** форме обучения: ЛК – лекции; ЛР – лабораторные работы; СЗ – практические/семинарские занятия.

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) |
|----------------------------|---|--|
| Семинарская | Аудитория для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная комплектом специализированной мебели и техническими средствами мультимедиа презентаций. | Ауд. 419 Моноблок Lenovo AIO-510-22ISH Intel I5 2200 MHz/8 GB/1000 GB/DVD/audio, Мультимедиа проектор Benq MW526, Экран настенный Digis Dsem-1105 |
| Для самостоятельной работы | Аудитория для самостоятельной работы обучающихся (может использоваться для проведения семинарских занятий и консультаций), оснащенная комплектом специализированной мебели и компьютерами с доступом в ЭИОС. | 4 зал. Библиотеки Моноблок Lenovo AIO-510-22ISH Intel I5 2200 MHz/8 GB/1000 GB/DVD/audio, монитор 21" Мультимедиа проектор Cactus CSC4.SG MS Windows 10 64bit Microsoft Office 2021 LTSC |

* - аудитория для самостоятельной работы обучающихся указывается **ОБЯЗАТЕЛЬНО!**

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература:

1. Чернышева, А. М. Промышленный (B2B) маркетинг : учебник и практикум для вузов / А. М. Чернышева, Т. Н. Якубова. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 472 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13680-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/583395> (дата обращения: 25.03.2026).

2. Корпоративное управление : учебник для вузов / под общей редакцией С. А. Орехова. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 312 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05902-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/563464> (дата обращения: 25.03.2026).

Дополнительная литература:

1. Колесников, А. В. Корпоративная культура : учебник и практикум для вузов / А. В. Колесников. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 167 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-02520-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/583960> (дата обращения: 25.03.2026).

2. Божук, С. Г. Корпоративная социальная ответственность : учебник для вузов / С. Г. Божук, В. В. Кулибанова, Т. Р. Тэор. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 226 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09589-0. — Текст :

электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL:
<https://urait.ru/bcode/584127> (дата обращения: 25.03.2026).

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

<https://mega.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 «Знаниум» <https://znanium.ru/>

2. Базы данных и поисковые системы

- Sage <https://journals.sagepub.com/>

- Springer Nature Link <https://link.springer.com/>

- Wiley Journal Database <https://onlinelibrary.wiley.com/>

- Научометрическая база данных Lens.org <https://www.lens.org>

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся при освоении дисциплины/модуля:*

1. Курс лекций по дисциплине «Позиционирование корпоративного бренда».

* - все учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся размещаются в соответствии с действующим порядком на странице дисциплины **в ТУИС!**

РАЗРАБОТЧИК:

Ассистент

Должность, БУП

Подпись

Рожкова Василия
Исмагиловна

Фамилия И.О.

РУКОВОДИТЕЛЬ БУП:

Заведующий кафедрой

Должность БУП

Подпись

Лукина Анастасия
Владимировна

Фамилия И.О.

РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО:

Доцент

Должность, БУП

Подпись

Чернышева Анна
Михайловна

Фамилия И.О.