

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Ястребов Олег Александрович  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 06.05.2026 12:13:33  
Уникальный программный ключ:  
ca953a01204891083f939673078ef1a989dae18a

**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**

### **ГЛОБАЛЬНЫЙ БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТ**

(наименование дисциплины/модуля)

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

#### **38.04.01 ЭКОНОМИКА**

(код и наименование направления подготовки/специальности)

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

#### **КОРПОРАТИВНАЯ ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ БИЗНЕСОМ**

(наименование (профиль/специализация) ОП ВО)

**2026 г.**

## 1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Глобальный бренд-менеджмент» входит в программу магистратуры «Корпоративная экономика и управление бизнесом» по направлению 38.04.01 «Экономика» и изучается во 2 семестре 1 курса. Дисциплину реализует Кафедра менеджмента. Дисциплина состоит из 2 разделов и 5 тем и направлена на изучение современной теории и практики бренд-менеджмента в международных компаниях, работающих на зарубежных рынках для принятия эффективных управленческих решений.

Целью освоения дисциплины 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 брендменеджмента международных компаний на российском потребительском рынке.

## 2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение дисциплины «Глобальный бренд-менеджмент» 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)  |
|------|---|--|
| УК-1 | Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий  | УК-1.1 Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие;;<br>УК-1.2 Определяет и ранжирует информацию, требуемую для решения поставленной задачи;;<br>УК-1.3 Осуществляет поиск информации для решения поставленной задачи по различным типам запросов;;<br>УК-1.4 Предлагает варианты решения задачи, анализирует возможные последствия их использования;;<br>УК-1.5 Анализирует пути решения проблем мировоззренческого, нравственного и личностного характер на основе использования основных философских идей и категорий в их историческом развитии и социально-культурном контексте.; |
| ПК-2 | Способен самостоятельно организовывать и осуществлять управление проектной деятельностью и критически оценивать качество полученных результатов.  | ПК-2.1 Способен самостоятельно осуществлять подготовку заданий и разрабатывать проектные решения с учетом фактора неопределенности, а также предложения и мероприятия по реализации разработанных проектов и программ;;<br>ПК-2.2 Способен оценивать эффективность проектов с учетом фактора неопределенности;<br>ПК-2.3 Способен разрабатывать стратегии поведения экономических агентов на различных рынках.;  |
| ПК-3 | Способен проводить первичные исследования в соответствии с направленностью программы, организовывать свою научно-исследовательскую работу и представлять результаты исследований научному сообществу. | ПК-3.1 Способен обобщать и критически оценивать результаты, полученные отечественными и зарубежными исследователями, выявлять перспективные направления, составлять программу исследований;;<br>ПК-3.2 Способен обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость избранной темы научного исследования;;<br>ПК-3.3 Способен проводить самостоятельные исследования в соответствии с разработанной программой и представлять результаты научному сообществу в виде статьи или доклада;   |

### 3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Дисциплина «Глобальный бренд-менеджмент» 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 «Глобальный бренд-менеджмент».

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-1 | Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработать стратегию действий  | Научно-исследовательская работа;<br>Адаптивный курс по основам экономики;   | Оценка бизнеса и управление его стоимостью;<br>Бизнес-аналитика;<br>Преддипломная практика;<br>Научно-исследовательская работа;  |
| ПК-2 | Способен самостоятельно организовывать и осуществлять управление проектной деятельностью и критически оценивать качество полученных результатов.  | Научно-исследовательская работа;<br>Технологии проектного управления;   | Оценка бизнеса и управление его стоимостью;<br>Сбор, анализ и управление Big Data;<br><i>ESG-трансформация бизнеса**</i> ;<br><i>Диагностика трудового потенциала компании**</i> ;<br><i>Бизнес-проектирование стартапа**</i> ;<br><i>Экономика и организация бизнес-процессов**</i> ;<br>Бизнес-аналитика;<br>Преддипломная практика;<br>Научно-исследовательская работа; |
| ПК-3 | Способен проводить первичные исследования в соответствии с направленностью программы, организовывать свою научно-исследовательскую работу и представлять результаты исследований научному сообществу. | Искусственный интеллект в корпоративной экономике;<br>Разработка и принятие управленческих решений;<br>Правовая среда бизнеса;<br><i>Экономическая конфликтология**</i> ;<br><i>Лидерство в корпоративной среде**</i> ;<br>Научно-исследовательская работа; | Преддипломная практика;<br>Научно-исследовательская работа;<br><i>Международный бизнес-консалтинг**</i> ;<br><i>Внешнеторговая политика и основы таможенно-тарифного регулирования**</i> ;<br><i>ESG-трансформация бизнеса**</i> ;<br><i>Диагностика трудового потенциала компании**</i> ;   |

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

\*\* - элективные дисциплины /практики

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

Общая трудоемкость дисциплины «Глобальный бренд-менеджмент» составляет «2» 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) |
|---|----------------|-----------|-------------|
|   |                |           | 2           |
| Контактная работа, ак.ч.                  | 36             |           | 36          |
| Лекции (ЛК)                               | 18             |           | 18          |
| Лабораторные работы (ЛР)                  | 0              |           | 0           |
| Практические/семинарские занятия (СЗ)     | 18             |           | 18          |
| Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч. | 36             |           | 36          |
| Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч. | 0              |           | 0           |
| <b>Общая трудоемкость дисциплины</b>      | <b>ак.ч.</b>   | <b>72</b> | <b>72</b>   |
|   | <b>зач.ед.</b> | <b>2</b>  | <b>2</b>    |

Общая трудоемкость дисциплины «Глобальный бренд-менеджмент» составляет «2» 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) |
|---|----------------|-----------|-------------|
|   |                |           | 2           |
| Контактная работа, ак.ч.                  | 40             |           | 40          |
| Лекции (ЛК)                               | 20             |           | 20          |
| Лабораторные работы (ЛР)                  | 0              |           | 0           |
| Практические/семинарские занятия (СЗ)     | 20             |           | 20          |
| Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч. | 23             |           | 23          |
| Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч. | 9              |           | 9           |
| <b>Общая трудоемкость дисциплины</b>      | <b>ак.ч.</b>   | <b>72</b> | <b>72</b>   |
|   | <b>зач.ед.</b> | <b>2</b>  | <b>2</b>    |

Общая трудоемкость дисциплины «Глобальный бренд-менеджмент» составляет «2» зачетные единицы.

Таблица 4.3. Виды учебной работы по периодам освоения образовательной программы высшего образования для заочной формы обучения.

| Вид учебной работы                               | ВСЕГО, ак.ч.   |           | Семестр(-ы) |
|--|----------------|-----------|-------------|
|  |                |           | 2           |
| <i>Контактная работа, ак.ч.</i>                  | 8              |           | 8           |
| Лекции (ЛК)                                      | 4              |           | 4           |
| Лабораторные работы (ЛР)                         | 0              |           | 0           |
| Практические/семинарские занятия (СЗ)            | 4              |           | 4           |
| <i>Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.</i> | 60             |           | 60          |
| <i>Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.</i> | 4              |           | 4           |
| <b>Общая трудоемкость дисциплины</b>             | <b>ак.ч.</b>   | <b>72</b> | <b>72</b>   |
|  | <b>зач.ед.</b> | <b>2</b>  | <b>2</b>    |

## 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      | Общая теория бренд-менеджмента                         | 1.1               | Основные понятия концепции бренд-менеджмента   | Сущность понятий "бренд", "брендинг", "бренд-менеджмент".  | ЛК, СЗ              |
|               |  | 1.2               | Основные марочные стратегии международных компаний и особенности их применения       | Характеристика основных марочных стратегий   | ЛК, СЗ              |
| Раздел 2      | Механизм управления брендами в международных компаниях | 2.1               | Рестайлинг, ребрендинг, ревиталайзинг брендов на потребительских рынках разных стран | Характеристика рестайлинга, ребрендинга, ревиталайзинга брендов на потребительских рынках разных стран. Анализ успешных примеров и выявление причин провала. | ЛК, СЗ              |
|               |  | 2.2               | Управление лояльностью и антилояльностью к бренду                                    | Сущность понятий "лояльность" и "антилояльность" и их значение в концепции бренд-менеджмента   | ЛК, СЗ              |
|               |  | 2.3               | Продвижение брендов и управление ими в условиях глобализации                         | Характеристика основных и вспомогательных методов продвижения брендов.   | ЛК, 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)  |
|----------------------------|---|---|
| Лекционная                 | Аудитория для проведения занятий лекционного типа, оснащенная комплектом специализированной мебели; доской (экраном) и техническими средствами мультимедиа презентаций.   | Ауд.103. Моноблок Lenovo AIO-510-22ISH Intel I5 2200 MHz/8 GB/1000 GB/DVD/audio, монитор 21", Мультимедиа проектор Casio XJ-S400UN, Экран моторизованный Digis Electra MW DSEM - 1105   |
| 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.103. Моноблок Lenovo AIO-510-22ISH Intel I5 2200 MHz/8 GB/1000 GB/DVD/audio, монитор 21", Мультимедиа проектор Casio XJ-S400UN, Экран моторизованный Digis Electra MW 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 библиотек: Моноблок Lenovo AIO-510-22ISH Intel I5 2200 MHz/8 GB/1000 GB/DVD/audio, монитор 21", Мультимедиа проектор Cactus CSC4.SG, Экран с электроприводом, белый матовый, Микшер-усилитель, Двухполосная AC APart SDQ8T-BL |

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

## 7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература:

1. Пономарёва, Е. А. Бренд-менеджмент : учебник и практикум для вузов / Е. А. Пономарёва. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 341 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9046-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/560615>

2. Чернышева, А. М. Брендинг : учебник для вузов / А. М. Чернышева, Т. Н. Якубова. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 420 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-19453-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/560303>

*Дополнительная литература:*

1. Хворостяная, А. С. Стратегический бренд-менеджмент : учебник для вузов / А. С. Хворостяная. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 121 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-19360-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/569111>

2. Рожков, И. Я. Брендинг : учебник для вузов / И. Я. Рожков, В. Г. Кисмерешкин. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 331 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16399-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/559999>

*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](http://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 «Глобальный бренд-менеджмент».

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

**РАЗРАБОТЧИК:**

Доцент

*Должность, БУП*

*Подпись*

Матвиенко Валентин  
Викторович

*Фамилия И.О.*

**РУКОВОДИТЕЛЬ БУП:**

Заведующий кафедрой

*Должность БУП*

*Подпись*

Вавилина Алла  
Владимировна [М]  
Доцент, к.н., 1.12

*Фамилия И.О.*

**РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО:**

Доцент

*Должность, БУП*

*Подпись*

Черняев Максим  
Васильевич

*Фамилия И.О.*