

МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
федеральное государственное бюджетное  
образовательное учреждение высшего образования  
«Казанский национальный исследовательский  
технологический университет»  
(ФГБОУ ВО «КНИТУ»)

**УТВЕРЖДАЮ**

Проректор по учебной работе

Д.Ш. Султанова

«07» июня 2021 г.



Рабочая программа дисциплины в виде электронного документа выгружена из информационной системы управления университетом и соответствует оригиналу  
Простая электронная подпись, ID подписи: 1060  
Подписал Проректор по учебной работе Д.Ш. Султанова  
Дата 07.06.2021

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА**  
по дисциплине «БРЕНДИНГ В СЕРВИСЕ»

Направление подготовки:	43.03.01 Сервис
Профиль:	Сервис в индустрии моды и красоты
Квалификация выпускника:	Бакалавр
Форма обучения:	Заочная
Институт:	Институт технологии легкой промышленности, моды и дизайна
Факультет:	Факультет технологии изделий и сервиса
Кафедра-разработчик:	Кафедра «Материалов и технологий легкой промышленности»
Курс; семестр	2-3; 6, 8, 9

Вид нагрузки	Часы	Зачётные единицы
Лекция	10	0,28
Практическое занятие	32	0,89
Контроль самостоятельной работы	40	1,11
Самостоятельная работа	332	9,22
Форма аттестации: Контрольная работа (8 сем, 9 сем), Экзамен (8 сем, 9 сем)	18	0,5
Всего	432	12

Рабочая программа составлена с учётом требований Федерального государственного образовательного стандарта (приказ № 514 от 08.06.2017) по направлению подготовки 43.03.01 Сервис для профиля «Сервис в индустрии моды и красоты» на основании учебных планов набора обучающихся 2021 года.

Разработчик программы:

Доцент

В.И. Богданова

---

### **СОГЛАСОВАНО**

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры «Материалов и технологий легкой промышленности», протокол от 18.05.2021 г. № 10.

Заведующий кафедрой *Согласовано* Л.Н. Абуталипова

### **УТВЕРЖДЕНО**

Начальник центра УМЦ

*Утверждаю*

Л.А. Китаева

## **1. Цели освоения дисциплины**

Целями освоения дисциплины «Брендинг в сервисе» являются:

освоение студентами теоретических и практических знаний и приобретение умений и навыков в области сервиса, для обеспечения качественного продвижения услуг предприятий сервисного обслуживания в системе сформированного рынка услуг.

## **2. Место дисциплины в структуре образовательной программы**

Дисциплина «Брендинг в сервисе» относится к формируемой участниками образовательных отношений части ООП и формирует у обучающихся по профилю «Сервис в индустрии моды и красоты» набор знаний, умений, навыков и компетенций.

Для успешного освоения дисциплины «Брендинг в сервисе» обучающийся по направлению подготовки 43.03.01 «Сервис» должен освоить материал предшествующих дисциплин:

1. Имиджелогия
2. Сервисная деятельность

Дисциплина «Брендинг в сервисе» является предшествующей и необходима для успешного освоения последующих дисциплин:

1. Организация и планирование деятельности предприятий индустрии моды и красоты
2. Технологические новации в сервисе (по отраслям)

## **3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины**

**ПК-1 Способен участвовать в разработке инновационных технологий при осуществлении сервисной деятельности**

ПК-1.1. Знает методы выборочных исследований, теорий измерений, статистического анализа, экспертных оценок при осуществлении сервисной деятельности, основы современного материального производства

ПК-1.2. Умеет обобщать научно-техническую информацию, получать научно-исследовательский опыт в профессиональных социальных сетях, выявлять и оценивать тенденции технологического развития в наукоёмких сферах на основе анализа и систематизации передового опыта в сфере инноватики с использованием интернет-ресурсов

ПК-1.3. Владеет методами прогнозирования, исследований научно-технических решений и нормативного проектирования инновационных видов продукции (услуг и процессов)

**В результате освоения дисциплины обучающийся должен**

### **Знать:**

- методики поиска, сбора и обработки информации; актуальные российские и зарубежные источники информации в сфере профессиональной деятельности; метод системного анализа;
- основы современного материального производства в процессе брендинга в сервисной деятельности

### **Уметь:**

- применять методики поиска, сбора и обработки информации; осуществлять критический анализ и синтез информации, полученной из разных источников;
- выявлять и оценивать тенденции развития в сфере сервиса, необходимые для брендинга, с использованием интернет - ресурсов

### **Владеть:**

- навыками поиска, сбора и обработки, критического анализа и синтеза информации;

использования системного подхода для решения поставленных задач;

- методами прогнозирования, исследований научно-технических решений и нормативного проектирования инновационных видов продукции, используемых в брендинге.

#### 4. Структура и содержание дисциплины

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 12 зачетных единиц, 432 часа.

№ п/п	Раздел дисциплины	Семестр	Виды учебной работы (в часах)					Оценочные средства для проведения текущей и промежуточной аттестации
			Лекция	Практические занятия	Лабораторные	КСР	СРС	
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1.	Бренд и брендинг	6	2				7	Контрольная работа
	<b>Итого по семестру</b>	<b>6</b>	<b>2</b>				<b>7</b>	
1.	Бренд и брендинг	8	4	16		20	158	Контрольная работа; Практические занятия; Экзамен
	<b>Итого по семестру</b>	<b>8</b>	<b>4</b>	<b>16</b>		<b>20</b>	<b>158</b>	<b>Контрольная работа, Экзамен</b>
1.	Бренд и брендинг	9	4	16		20	167	Контрольная работа; Практические занятия; Экзамен
	<b>Итого по семестру</b>	<b>9</b>	<b>4</b>	<b>16</b>		<b>20</b>	<b>167</b>	<b>Контрольная работа, Экзамен</b>

#### 5. Содержание лекционных занятий по темам

№ п/п	Раздел дисциплины	Часы	Тема лекционного занятия	Индикаторы достижения компетенции
1	2	3	4	5
1.	Бренд и брендинг	2	История брендинга.	ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3
2.		2	Теоретические основы брендинга	ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3
3.		2	Экономическая среда бренда	ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3
4.		4	Система управления брендами	ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3
	<b>ВСЕГО</b>	<b>10</b>		

#### 6. Содержание практических/семинарских занятий

№ п/п	Раздел дисциплины	Часы	Тема занятия	Индикаторы достижения компетенции
1	2	3	4	6
1.	Бренд и брендинг	4	Бренд – билдинг – разработка	ПК-1.1

№ п/п	Раздел дисциплины	Часы	Тема занятия	Индикаторы достижения компетенции
1	2	3	4	6
			бренда	ПК-1.2 ПК-1.3
2.		4	Brand-development (Развитие бренда)	ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3
3.		4	Контроль компании по формированию бренда и оценка ее эффективности	ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3
4.		4	Исследования бренда	ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3
5.		4	Принципы и технологии создания брендов в Сети.	ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3
6.		4	Бренд как объект мифотворчества	ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3
7.		4	Геобрендинг как инструмент развития территории.	ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3
8.		4	Оценка эффективности бренда	ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3
	<b>ВСЕГО</b>	<b>32</b>		

### 7. Содержание лабораторных занятий

Проведение лабораторных занятий не предусмотрено учебным планом

### 8. Самостоятельная работа

№ п/п	Темы, выносимые на самостоятельную работу	Часы	Форма СРС	Индикаторы достижения компетенции
1	2	3	5	6
1.	Законодательства стран в защите прав интеллектуальной собственности	7	подготовка к контрольной работе	ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3
2.	Российское законодательство по правам интеллектуальной собственности.	38	подготовка к контрольной работе, подготовка к практическому занятию	ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3
3.	Разработка идентичности бренда. Роль рекламы в создании имиджа. PR-деятельность, спонсорство и событийные акции. Понятие, цели и функции рекламы в местах продажи. Традиционный и современный подходы к рекламе	40	подготовка к контрольной работе, подготовка к практическому занятию	ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3
4.	Совместный брендинг. Структура идентичности бренда: содержательные и формальные характеристики. Организационные структуры управления брендами в различных отраслях и рыночных сегментах	40	подготовка к контрольной работе, подготовка к практическому занятию	ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3
5.	Должностная инструкция бренд-менеджера. Методы коммуникативного воздействия	40	подготовка к контрольной работе, подготовка к практическому занятию, подготовка к экзамену	ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3
6.	Правоохранность и правоспособность брендов. Способы фальсификации брендов. Регистрация товарных знаков в РФ. Защита бренда	33	подготовка к контрольной работе, подготовка к практическому занятию	ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3
7.	Понятие и содержание фирменного стиля. Разработка, продвижение	33	подготовка к контрольной работе, подготовка к практическому занятию	ПК-1.1 ПК-1.2

№ п/п	Темы, выносимые на самостоятельную работу	Часы	Форма СРС	Индикаторы достижения компетенции
1	2	3	5	6
	фирменного стиля.			ПК-1.3
8.	Ключевые этапы ребрендинга. Этапы разработки названия бренда /торговой марки. Критерии оценки названия бренда. Сенсорный брендинг. Виды слоганов.	33	подготовка к контрольной работе, подготовка к практическому занятию	ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3
9.	Понятие элементы упаковки. Дизайн в упаковке бренда. Уровни стимулирования продаж в брендинге	34	подготовка к контрольной работе, подготовка к практическому занятию	ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3
10.	Связи с общественностью, в продвижении продукции на рынке фэшн – индустрии. Модный дом или модные дома. Рынок модной индустрии. Цели PR. Задачи PR-продвижения МД на рынке модной индустрии. Каналы PR – продвижения МД.	34	подготовка к контрольной работе, подготовка к практическому занятию, подготовка к экзамену	ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3
	<b>ВСЕГО</b>	<b>332</b>		

### 8.1 Контроль самостоятельной работы

№ п/п	Темы, выносимые на самостоятельную работу	Часы	Форма КСР	Индикаторы достижения компетенции
1	2	3	5	6
1.	Российское законодательство по правам интеллектуальной собственности.	5	проверка знаний на практическом занятии, проверка контрольной работы	ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3
2.	Разработка идентичности бренда. Роль рекламы в создании имиджа. PR-деятельность, спонсорство и событийные акции. Понятие, цели и функции рекламы в местах продажи. Традиционный и современный подходы к рекламе	5	проверка знаний на практическом занятии, проверка контрольной работы	ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3
3.	Совместный брендинг. Структура идентичности бренда: содержательные и формальные характеристики. Организационные структуры управления брендами в различных отраслях и рыночных сегментах	5	проверка знаний на практическом занятии, проверка контрольной работы	ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3
4.	Должностная инструкция бренд-менеджера. Методы коммуникативного воздействия	5	прием экзамена, проверка знаний на практическом занятии, проверка контрольной работы	ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3
5.	Правоохранность и правоспособность брендов. Способы фальсификации брендов. Регистрация товарных знаков в РФ. Защита бренда	4	проверка знаний на практическом занятии, проверка контрольной работы	ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3
6.	Понятие и содержание фирменного стиля. Разработка, продвижение фирменного стиля.	4	проверка знаний на практическом занятии, проверка контрольной работы	ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3
7.	Ключевые этапы ребрендинга. Этапы разработки названия бренда /торговой марки. Критерии оценки названия бренда. Сенсорный брендинг. Виды слоганов.	4	проверка знаний на практическом занятии, проверка контрольной работы	ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3
8.	Понятие элементы упаковки. Дизайн в упаковке бренда. Уровни стимулирования продаж в брендинге.	4	проверка знаний на практическом занятии, проверка контрольной работы	ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3
9.	Связи с общественностью, в продвижении продукции на рынке фэшн – индустрии. Модный дом или модные дома. Рынок модной индустрии. Цели PR. Задачи PR-продвижения МД на рынке модной индустрии. Каналы PR –	4	прием экзамена, проверка знаний на практическом занятии, проверка контрольной работы	ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3

№ п/п	Темы, выносимые на самостоятельную работу	Часы	Форма КСР	Индикаторы достижения компетенции
1	2	3	5	6
	продвижения МД.			
	<b>ВСЕГО</b>	<b>40</b>		

## 9. Использование рейтинговой системы оценки знаний

При оценке результатов деятельности обучающихся в рамках дисциплины «Брендинг в сервисе» используется рейтинговая система. Максимальное и минимальное количество баллов по различным видам учебной работы описано в «Положении о балльно-рейтинговой системе оценки знаний студентов и обеспечения качества учебного процесса» ФГБОУ ВО КНИТУ.

Рейтинговая оценка формируется на основании текущего и промежуточного контроля. За контрольные точки студент может получить минимальное и максимальное количество баллов (см. таблицу).

Оценочные средства	Кол-во	Мин.баллов	Макс.баллов
<b>8-й семестр</b>			
Практические занятия	2	18	33
Контрольная работа	1	18	27
Экзамен	1	24	40
<b>Итого</b>		<b>60</b>	<b>100</b>
<b>9-й семестр</b>			
Практические занятия	2	18	33
Контрольная работа	1	18	27
Экзамен	1	24	40
<b>Итого</b>		<b>60</b>	<b>100</b>

## 10. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины

Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации и итоговой аттестации разрабатываются согласно положению о Фондах оценочных средств, рассматриваются как составная часть рабочей программы и оформляются отдельным документом.

## 11. Информационно-методическое обеспечение дисциплины

### 11.1. Основная литература

При изучении дисциплины «Брендинг в сервисе» в качестве основных источников информации рекомендуется использовать следующую литературу:

Основные источники информации	Количество экземпляров
И. Я. Рожков, В. Г. Кисмерешкин, Бренддинг [Прочее] Учебник для бакалавров: Москва : Юрайт, 2019	<a href="https://urait.ru/bcode/425868">https://urait.ru/bcode/425868</a> Режим доступа: по подписке КНИТУ
А. М. Чернышева, Т. Н. Якубова, Бренддинг [Прочее] Учебник для бакалавров: Москва : Юрайт, 2019	<a href="https://urait.ru/bcode/426128">https://urait.ru/bcode/426128</a> Режим доступа: по подписке КНИТУ
В.Л. Музыкант, Бренддинг: Управление брендом [Прочее] Учебное пособие: Москва : Издательский Центр РИОР; Москва : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2014	<a href="http://znanium.com/go.php?id=416049">http://znanium.com/go.php?id=416049</a> Режим доступа: по подписке КНИТУ
А. Трайндл, Р.И. Арнаудова, Мастерство ритейл-бренднга [Прочее] Учебное пособие: Москва : ООО "Альпина Паблишер", 2016	<a href="http://znanium.com/go.php?id=914270">http://znanium.com/go.php?id=914270</a> Режим доступа: по подписке КНИТУ

### 11.2. Дополнительная литература

В качестве дополнительных источников информации рекомендуется использовать следующую литературу:

<b>Дополнительные источники информации</b>	<b>Количество экземпляров</b>
Л. М. Дмитриева, Бренд в современной культуре [Прочее] Монография: Москва : Издательство "Магистр"; Москва : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2015	<a href="http://znanium.com/go.php?id=522964">http://znanium.com/go.php?id=522964</a> Режим доступа: по подписке КНИТУ
С. А. Старов, Управление брендами [Прочее] : СПб : Издательство "Высшая школа менеджмента", 2008	<a href="http://znanium.com/go.php?id=493519">http://znanium.com/go.php?id=493519</a> Режим доступа: по подписке КНИТУ
А. М. Годин, Брендинг [Прочее] Учебное пособие: Москва : Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2016	<a href="http://znanium.com/go.php?id=329358">http://znanium.com/go.php?id=329358</a> Режим доступа: по подписке КНИТУ

### 11.3. Электронные источники информации

При изучении дисциплины «Брендинг в сервисе» предусмотрено использование электронных источников информации:

1. Электронный каталог УНИЦ КНИТУ: Режим доступа: <http://ruslan.kstu.ru/>
2. ЭБС «Лань»: Режим доступа: <https://e.lanbook.com>
3. Образовательная платформа «Юрайт»: Режим доступа: <https://urait.ru/>
4. ЭБС «Znanium.com»: Режим доступа: <http://znanium.com/>
5. ЭБС Университетская библиотека онлайн: Режим доступа: <http://biblioclub.ru/>
6. ЭБС IPRbooks: Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/>
7. ЭБС BOOK.ru : Режим доступа: <https://www.book.ru/>
8. Научная электронная библиотека <https://elibrary.ru/>

**УНИЦ**  
*Согласовано*

### 11.4. Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Базы данных

Scopus Доступ свободный: [www.scopus.com](http://www.scopus.com)

Web of Science Доступ свободный: [apps.webofknowledge.com](http://apps.webofknowledge.com)

Информационные справочные системы

Справочно-правовая система «ГАРАНТ» Доступ свободный: [www.garant.ru](http://www.garant.ru)

Справочно-правовая система «КонсультантПлюс» Доступ свободный: [www.consultant.ru](http://www.consultant.ru)

Журнал «Директор салона красоты». Сайт журнала «Директор салона красоты» - Доступ свободный: <https://www.dirsalona.ru>

Журнал «Коммерческий директор». Сайт журнала «Коммерческий директор» - Доступ свободный: <https://www.kom-dir.ru>

Научный журнал «Сервис в России и за рубежом». Сайт журнала «Сервис в России и за рубежом» - Доступ свободный: <http://service-rusjournal.ru>

Журнал «Бренд-менеджмент». Сайт журнала «Бренд-менеджмент» - Доступ свободный: <https://www.brand-management.ru>

Журнал «Рекламные идеи». Сайт журнала «Рекламные идеи» - Доступ свободный: <http://www.advi.ru>

Портал для малого и среднего бизнеса «Бизнес.ру». Сайт портала «Бизнес.ру» - Доступ свободный: <https://event.business.ru>

Административно-управленческий бизнес-портал «AUP.RU». Сайт портала: «AUP.RU» - Доступ свободный: <http://www.aup.ru>

Портал «Система Госзаказ». Сайт портала «Система Госзаказ» - Доступ свободный: <https://vip.1gzakaz.ru>

## **12. Материально-техническое обеспечение дисциплины**

Лицензированное программное обеспечение и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства, используемое в учебном процессе при освоении дисциплины «Брендинг в сервисе»:

Офисные и деловые программы: ABBYY FineReader 9.0 проф;  
Офисные и деловые программы: MS Office 2007 Russian;  
Офисные и деловые программы: MS Office 2007 Professional Russian;  
Офисные и деловые программы: MS Office 2010-2016 Standard  
Архиватор 7 Zip  
Блокнот Notepad  
Яндекс Браузер

Учебные аудитории для проведения учебных занятий оснащены оборудованием:

1. Парты ученические
2. стулья ученические
3. Стол преподавателя
4. Стул преподавателя
5. Доска меловая

техническими средствами обучения:  
интерактивная система SMART SBM600i6,

Помещения для самостоятельной работы оснащены компьютерной техникой:  
комплект: Ноутбук ASUS X 552/N3540/4Gb/500/DVD/M920 1 Gb предустановленная Windows 64 bit с сумкой, мышкой;  
компьютер персональный RAY P294 2011 на базе процессора INTEL Core i3-2120 3.3 ГГц.

с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечены доступом в электронную информационную среду КНИТУ. Допускается замена оборудования его виртуальными аналогами.

## **13. Образовательные технологии**

Количество часов занятий, проводимых в интерактивных формах в учебном процессе по дисциплине «Брендинг в сервисе» составляет 9 ч.

В процессе освоения дисциплины «Брендинг в сервисе» используются следующие образовательные технологии:

- работа в малых группах;
- использование общественных ресурсов: экскурсии, выставки;
- разработка проекта (метод проектов).