

**МИНИСТЕРСТВО ТРАНСПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**  
**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ**  
**УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**  
**«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ТРАНСПОРТА»**  
**(РУТ (МИИТ))**



Рабочая программа дисциплины (модуля),  
как компонент образовательной программы  
высшего образования - программы бакалавриата  
по направлению подготовки  
38.03.06 Торговое дело,  
утвержденной первым проректором РУТ (МИИТ)  
Тимониным В.С.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

**Бренд-менеджмент на транспорте**

Направление подготовки: 38.03.06 Торговое дело

Направленность (профиль): Коммерческая логистика

Форма обучения: Очная

Рабочая программа дисциплины (модуля) в виде  
электронного документа выгружена из единой  
корпоративной информационной системы управления  
университетом и соответствует оригиналу

Простая электронная подпись, выданная РУТ (МИИТ)  
ID подписи: 2575  
Подписал: заведующий кафедрой Терешина Наталья  
Петровна  
Дата: 01.06.2021

## 1. Общие сведения о дисциплине (модуле).

Целью освоения дисциплины являются приобретение теоретических знаний о бренд-менеджменте на транспорте, получение практических навыков, связанных с технологией создания и управления брендом.

Задачами освоения дисциплины является формирование у обучающихся навыков анализа, прогнозирования, оценки поведения потребителей, необходимых для организации и планирования процесса создания и продвижения бренда на транспорте.

## 2. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю).

Перечень формируемых результатов освоения образовательной программы (компетенций) в результате обучения по дисциплине (модулю):

**ОПК-4** - Способен предлагать экономически и финансово обоснованные организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности;

Обучение по дисциплине (модулю) предполагает, что по его результатам обучающийся будет:

### **Знать**

отличительные характеристики бренда, брендинга и торговой марки, этапы процесса создания бренда, методы продвижения бренда, основы формирования философии бренда для оценки и управления стоимостью предприятий и организаций.

### **Владеть**

методами анализа и контроллинга деятельности субъектов экономической деятельности с учётом факторов внешней и внутренней среды; навыками выстраивания коммуникаций в межличностном взаимодействии с потребителями, моделирования потребительского поведения, технологиями брендинга в цифровой среде.

### **Уметь**

формировать стратегию бренд-менеджмента, определять перспективу развития бренда на основе экономических методов планирования производственной и логистической деятельности.

## 3. Объем дисциплины (модуля).

### 3.1. Общая трудоемкость дисциплины (модуля).

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 3 зачетных

единиц (108 академических часа(ов)).

3.2. Объем дисциплины (модуля) в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении учебных занятий:

Тип учебных занятий	Количество часов	
	Всего	Сем. №6
Контактная работа при проведении учебных занятий (всего):	60	60
В том числе:		
Занятия лекционного типа	30	30
Занятия семинарского типа	30	30

3.3. Объем дисциплины (модуля) в форме самостоятельной работы обучающихся, а также в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении промежуточной аттестации составляет 48 академических часа (ов).

3.4. При обучении по индивидуальному учебному плану, в том числе при ускоренном обучении, объем дисциплины (модуля) может быть реализован полностью в форме самостоятельной работы обучающихся, а также в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении промежуточной аттестации.

#### 4. Содержание дисциплины (модуля).

##### 4.1. Занятия лекционного типа.

№ п/п	Тематика лекционных занятий / краткое содержание
1	Сущность и значение бренда, брендинга и торговой марки Сущность и значение бренда, брендинга и торговой марки 1.1. Предпосылки возникновения бренд-менеджмента 1.2. Основные принципы формирования политики бренда. 1.3. Особенности брендинга на транспорте.
2	Концепция и методы формирования имиджа бренда.

№ п/п	Тематика лекционных занятий / краткое содержание
	Концепция и методы формирования имиджа бренда. 2.1. Концепция построения бренда транспортной компании. 2.2. Формирование имиджа бренда с использованием современных технологий
3	Совершенствование методов бренд-менеджмента на основе современных маркетинговых технологий 3.1. Разработка и внедрение рекламных и PR технологий в продвижении бренда. 3.2. Совершенствование методов бренд-менеджмента в управлении компанией.

#### 4.2. Занятия семинарского типа.

##### Практические занятия

№ п/п	Тематика практических занятий/краткое содержание
1	1.Сущность и значение бренда, брендинга и торговой марки. Создание имиджа бренда. Ценность и миссия компании. Разработка айдентики, особенности дизайна.
2	2.Концепция и методы формирования имиджа бренда. Правила продвижения бренда 7С. Основы позиционирования.
3	3 Совершенствование методов бренд-менеджмента на основе современных маркетинговых технологий 3.1.Разработка и внедрение рекламных и PR технологий в продвижении бренда. 3.2. Совершенствование методов бренд-менеджмента в управлении компанией.

#### Самостоятельная работа обучающихся.

№ п/п	Вид самостоятельной работы
1	Подготовка к промежуточной аттестации.
2	Подготовка к текущему контролю
3	Подготовка к защите курсовой работы/проекта
4	Подготовка к практическим занятиям
5	Работа с лекционным материалом
6	Работа с литературой
7	Выполнение курсовой работы.
8	Подготовка к промежуточной аттестации.
9	Подготовка к текущему контролю.

#### 4.4. Примерный перечень тем курсовых работ

В течение семестра студент выполняет курсовую работу по теме «Бренд-менеджмент как инструмент управления бизнесом».

Курсовая работа выполняется в соответствии с заданием, исходные данные для которого каждому студенту выдаются в соответствии с индивидуальным вариантом.

5. Перечень изданий, которые рекомендуется использовать при освоении дисциплины (модуля).

№ п/п	Библиографическое описание	Место доступа
1	Брендинг : учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям 080111 «Маркетинг», 080300 «Коммерция», 070801 «Реклама» деЧернатони Лесли, МакДональд Малькольм Учебник М. : ЮНИТИ- ДАНА , 2017	<a href="http://www.iprbookshop.ru/71210.html">http://www.iprbookshop.ru/71210.html</a> .— ЭБС «IPRbooks»
2	Системный? бренд-менеджмент: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям менеджмента и маркетинга И.В. Грошев, А.А. Краснослободцев Учебник М. : ЮНИТИ-ДАНА , 2017	<a href="http://www.iprbookshop.ru/71225.html">http://www.iprbookshop.ru/71225.html</a> .—

6. Перечень современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем, которые могут использоваться при освоении дисциплины (модуля).

Научно-техническая библиотека РУТ (МИИТ): <http://library.miit.ru>

Федеральная служба государственной статистики: <https://www.gks.ru>

Официальный сайт Международного валютного фонда:  
<https://www.imf.org/>

ЭБС «IPRbooks»

7. Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства, необходимого для освоения дисциплины (модуля).

Программное обеспечение не требуется

8. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю).

Для проведения аудиторных занятий необходима аудитория с мультимедиа аппаратурой.

9. Форма промежуточной аттестации:

Зачет в 6 семестре.

Курсовая работа в 6 семестре.

#### 10. Оценочные материалы.

Оценочные материалы, применяемые при проведении промежуточной аттестации, разрабатываются в соответствии с локальным нормативным актом РУТ (МИИТ).

## Авторы

Заведующий кафедрой, профессор,  
д.н. кафедры «Экономика и  
управление на транспорте»

Терешина Наталья  
Петровна

## Лист согласования

Заведующий кафедрой ЭУТ  
Председатель учебно-методической  
комиссии

Н.П. Терешина

М.В. Ишханян