

МИНИСТЕРСТВО ПРОСВЕЩЕНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ
ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ЛУГАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «ЛГПУ»)

Институт филологии и социальных коммуникаций
Кафедра журналистики и издательского дела

УТВЕРЖДАЮ

Директор Института филологии
и социальных коммуникаций

Перетятая О.С.

« 15 » _____ 2026 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Основы брендинга

По направлению подготовки (уровень бакалавриата)	42.03.03 Издательское дело
Профиль	редактор средств массовой информации
Квалификация выпускника	бакалавр
Форма обучения	очная
Курс	2-й (3-й семестр)

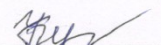
Луганск, 2026


Рабочая программа учебной дисциплины «Основы брендинга» является частью основной профессиональной образовательной программы для подготовки бакалавров по направлению подготовки 42.03.03 Издательское дело, профиль «Редактор средств массовой информации» очной формы обучения.

Рабочая программа учебной дисциплины разработана в соответствии с ФГОС ВО бакалавриат по направлению подготовки 42.03.03 Издательское дело, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 8 июня 2017 г. № 525 (с изменениями и дополнениями) и Профессиональными стандартами, утвержденными Приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации «Об утверждении профессионального стандарта» от 04 августа 2014 года № 535н, от 04 августа 2014 года № 538н.


СОСТАВИТЕЛЬ:

Кандидат философских наук, доцент кафедры журналистики и издательского дела ФГБОУ ВО «ЛГПУ» Серостанова Оксана Борисовна.

Утверждена на заседании кафедры журналистики и издательского дела
Протокол от «16» сентября 2026 г. № 6
Заведующий кафедрой
журналистики и издательского дела  Е.А. Куянцева

Одобрена на заседании учебно-методической комиссии Института филологии и социальных коммуникаций
Протокол от «14» сентября 2026 г. № 6
Председатель учебно-методической комиссии Института филологии и социальных коммуникаций  А. В. Сысенко

СОГЛАСОВАНО:

Директор Департамента образования  В. В. Савенков
«16» сентября 2026 г.

1. Цели и задачи учебной дисциплины

Цели изучения дисциплины: формирование у студентов научных представлений о бренде и процесса его создания – брендинге; формирование практических навыков формирования программы брендинга.

Задачи:

- сформировать категориально-понятийный аппарат;
- научить теоретическому и практическому анализу в контексте бренд - коммуникаций;
- способствовать созданию профессионального мышления.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Учебная дисциплина Б1.В.ДВ.11.01 «Основы брендинга» входит в часть дисциплин, формируемых участниками образовательных отношений дисциплины по выбору.

Необходимыми условиями для освоения учебной дисциплины являются знания основных понятий и методов стратегического менеджмента для решения управленческих задач в профессиональной сфере, умения принимать решения и навыки работы в команде.

Содержание дисциплины является логическим продолжением содержания дисциплин: «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ», «Внутрииздательское планирование» и является основой для изучения дисциплин «Вторая производственная практика», «Основы маркетинга и менеджмента».

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с индикаторами достижения компетенций

Код по ФГОС ВО	Индикатор достижения	Результаты обучения по дисциплине
Общепрофессиональные		
ОПК-5	ОПК-5. Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	ОПК-5.1. Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях. ОПК-5.2. Умеет анализировать текущее состояние и прогнозировать тенденции развития

		региональных, национальных и мировых медиакоммуникационных систем применительно к издательской деятельности. ОПК-5.3. Навыками работы с нормативно-правовой документацией в сфере издательского дела и интеллектуальной собственности.
--	--	---

4. Структура и содержание учебной дисциплины

4.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов (зач.ед.) Очная форма
Общая учебная нагрузка (всего)	72 (2 зач.ед.)
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	24
в том числе:	
Лекции	12
Семинарские занятия	
Практические занятия	12
Лабораторные работы	
Курсовая работа/курсовой проект	
Другие формы организации учебного процесса (контрольные работы, индивидуальные занятия, консультации и др.)	4
Самостоятельная работа студента (всего часов)	44
Форма аттестации	Зачет

4.2. Содержание разделов учебной дисциплины

Раздел I. Теоретические аспекты и понятия «бренд» и «брендинг»

Тема 1. Брендинг: сущность, структура и разновидности брендов.

История брендинга. Понятие бренда в системе терминов «клеймо», «торговая марка», «товарный знак», «товар», «маркетинг». Бренд как маркетинговое понятие. Структура бренда. Классификация брендов. Мегабренд и мастербренд. Марочный портфель. Архитектура брендов. Каннибализм бренда. Овербрендинг. Мультибренд и зонтичный бренд. Марочное семейство. Суббренд.

Тема 2. Понятие фирменного стиля и архитектура брендов. Визуальная идентификация бренда. Основные элементы фирменного стиля. Брендбук. Базовые стандарты как основа идентификации. Дополнительные стандарты. Архитектура брендов.

Тема 3. Продвижение бренда. Различные аспекты брендинга и их влияние на продвижение бренда. Понятие позиционирование бренда. Разработка уникального бренд-месседжа и создание бренд-идентичности. Определение целевой аудитории и ее потребностей. Выбор правильных каналов для достижения целевой аудитории. Разработка уникального бренд-месседжа и создание бренд-идентичности. Определение каналов продвижения бренда на основе исследования рынка и целевой аудитории.

Раздел II. Практические аспекты брендинга.

Тема 4. Оценка бренда и рейтинги. Методики измерения силы бренда и потенциала его развития. Характеристики бренда в зависимости от значений отличия, актуальности, уважения и понимания. Методология BrandFinance и BrandEconomics. Материальные затраты и капитал бренда, способы их оценки.

Тема 5. Виды товарных знаков и технологии их разработки. Защита торговой марки. Классификация продуктов и услуг для защиты. Географический охват защитных мер. Товарный знак как произведение графического дизайна. Виды товарных знаков и технологии их разработки.

Тема 6. Моделирование фирменного стиля. Типы моделей брендинга. Модели создания бренда. Модели определения стоимости бренда. Модели управления брендом. Брендинг электронно-библиотечной системы «Лань».

4.3. Лекции

№ п/п	Название темы	Объем часов
		Очная форма
2 курс (3 семестр)		
Содержание дисциплины		
Тема 1.	Брендинг: сущность, структура и разновидности брендов	2
Тема 2.	Понятие фирменного стиля и архитектура брендов	2
Тема 3.	Продвижение бренда	2
Тема 4.	Оценка бренда и рейтинги	2
Тема 5.	Виды товарных знаков и технологии их разработки	2
Тема 6.	Моделирование фирменного стиля	2
Итого:		12

4.4. Практические занятия

№ п/п	Название темы	Объем часов
-------	---------------	-------------

		Очная форма
2 курс (семестр)		
Содержание дисциплины		
Тема 1.	Понятие бренда и брендинга	2
Тема 2.	Продвижение бренда	2
Тема 3.	Брендинг в Интернете	2
Тема 4.	Оценка бренда и рейтинги	2
Тема 5.	Охраноспособность товарных знаков	2
Тема 6.	Виды товарных знаков и технологии их разработки	2
Итого:		12

4.5. Лабораторные работы - не предусмотрены учебным планом.

4.6. Самостоятельная работа студентов

№ п/ п	Название темы	Вид СРС	Объем часов
			Очная форма
2 курс (3 семестр)			
1	Понятие бренда и брендинга	Устный опрос. Конспект	6
2	Продвижение бренда	Доклад. Презентация. Устный опрос. Конспект	7
3	Брендинг в Интернете	Доклад. Презентация. Устный опрос. Конспект	7
4	Оценка бренда и рейтинги	Устный опрос. Конспект	6
5	Охраноспособность товарных знаков	Устный опрос. Конспект	6
6	Виды товарных знаков и технологии их разработки	Устный опрос. Конспект	6
7	Моделирование фирменного стиля	Доклад. Презентация. Устный опрос. Конспект	6
Итого:			44

4.7. Курсовые работы - не предусмотрены учебным планом.

5. Методическое обеспечение, образовательные технологии

Преподавание дисциплины ведется с применением следующих методических средств обучения и образовательных технологий.

С целью формирования и развития профессиональных навыков, обучающихся необходимо использовать инновационные образовательные технологии при реализации различных видов аудиторной работы в сочетании

с внеаудиторной. Используемые образовательные технологии и методы должны быть направлены на повышение качества подготовки путем развития у обучающихся необходимо использовать инновационные образовательные технологии при реализации различных видов аудиторной работы в сочетании с внеаудиторной. Используемые образовательные технологии и методы должны быть направлены на повышение качества подготовки путем развития у обучающихся способностей к самообразованию и нацелены на активацию и реализацию личностного потенциала.

Преподавание дисциплины ведется с применением следующих видов образовательных методов: индуктивно-дедуктивного в изложении учебного материала на лекциях; проблемно-поискового под руководством преподавателя осуществляется работа с научной литературой (монографиями, научными статьями).

Наряду с методикой традиционной лекционно-практической работы предусмотрено использование активных форм и методов учебной деятельности, в том числе: учебные дискуссии, беседы, мозговой штурм.

Методика проблемно-диалогического обучения применяется в процессе лекционной работы над учебным материалом в каждой из тем учебной дисциплины.

Методика исследовательской деятельности используется как основа для организации самостоятельной работы студентов в объеме учебных тем.

Информационные технологии: использование электронных образовательных ресурсов (электронный конспект, размещенный во внутренней сети и т.п.) при подготовке к лекциям, практическим и лабораторным занятиям.

Работа в команде: совместная работа студентов в группе при выполнении самостоятельной работы, выполнении групповых домашних заданий.

Применяются средства мультимедиа: презентации, видео, базы ЭОР.

6. Формы контроля освоения учебной дисциплины

Текущая аттестация студентов по дисциплине производится в дискретные временные интервалы лектором и преподавателем, ведущими практические занятия по дисциплине в следующих формах: опрос, промежуточные срезы, подготовка докладов, рефератов, эссе, контрольная работа, зачет. Критерии оценки учитывают результаты посещаемости лекций, выполнения практических заданий самостоятельной работы. Это позволяет создать объективную картину освоения студентами дисциплины и учитывается на подведении итогов.

Итоговый контроль по результатам освоения дисциплины проходит устной форме.

Система оценивания учебных достижений студентов очной формы обучения

Вид текущей учебной работы	Количество баллов
-----------------------------------	--------------------------

2 курс (3 семестр)	
Выполнение и защита практических работ	60
Подготовка и выступление с докладом	10
Выполнение контрольной работы	10
Зачет	20
Итого за семестр:	100

Накопительная система оценивания по 100-балльной шкале

Четырехбал- льная система оценивания экзамена	100- балльн ая шкала	Буквенная шкала, соответствующая 100-балльной шкале	Система оцениван ия экзамена
Отлично	90–100	А – отлично – теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов; необходимые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы; все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество их выполнения оценено числом баллов, близким к максимальному	Зачтено
Хорошо	83–89	В – очень хорошо – теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов; необходимые практические навыки работы с освоенным материалом в основном сформированы; все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество выполнения большинства из них оценено числом баллов, близким к максимальному	
Хорошо	75–82	С – хорошо – теоретическое содержание курса освоено полностью; некоторые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы недостаточно; все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество выполнения ни одного из них не оценено минимальным числом баллов, некоторые виды заданий выполнены с ошибками	

Удовлетворительно	63–74	D – удовлетворительно – теоретическое содержание дисциплины освоено частично, но пробелы не носят существенного характера; необходимые практические навыки работы с освоенным материалом в основном сформированы; большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий выполнено, некоторые из выполненных заданий, содержат ошибки	
Удовлетворительно	50–62	E – посредственно – теоретическое содержание курса освоено частично; некоторые практические навыки работы не сформированы, многие предусмотренные программой обучения учебные задания не выполнены либо качество выполнения некоторых из них оценено числом баллов, близким к минимальному	
Неудовлетворительно	21–49	FX – неудовлетворительно – теоретическое содержание курса освоено частично; необходимые практические навыки работы не сформированы; большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий не выполнено либо качество их выполнения оценено числом баллов, близким к минимальному; при дополнительной самостоятельной работе над материалом курса возможно повышение качества выполнения учебных заданий	Не зачтено
Неудовлетворительно	0–20	F – неудовлетворительно – теоретическое содержание курса не освоено; необходимые практические навыки работы не сформированы; все выполненные учебные задания содержат грубые ошибки, дополнительная самостоятельная работа над	

		материалом курса не приведет к какому-либо значимому повышению качества выполнения учебных заданий	
--	--	--	--

7. Учебно-методическое и программно-информационное обеспечение дисциплины

а) основная литература

1. **Брендинг** : учебное пособие / Е. С. Радионцева, Н. А. Анашкина, Н. В. Владимирова, Н. В. Соломина. — Омск :ОмГТУ, 2024. — 136 с. — ISBN 978-5-8149-3812-1. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/504253> (дата обращения: 09.02.2026). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

2. **Чернатони, Л.** Брендинг. Как создать мощный бренд : учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Маркетинг», «Коммерция», «Реклама» / Л. Чернатони, М. МакДональд ; перевод Б. Л. Ерёмин. — 3-е изд. — Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2023. — 559 с. — ISBN 5-238-00894-5. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/142667.html> (дата обращения: 09.02.2026). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

б) дополнительная литература

3. **Габриелян, Т. О.** Бренд в графическом дизайне: концептуализация, визуализация, идентификация / Т. О. Габриелян. – Симферополь : ООО «Антиква», 2018. – 228 с.:

4. **Чернышева, А.М., Якубова Т.И.** Брендинг (учебник для бакалавриата и магистратуры) / А.М. Чернышева, Т.И. Якубова – М.: Юрайт, 2019. – 504 с.

в) Интернет-источники

5. Хамаганова, К. В. Основы брендинга : учебное пособие / К. В. Хамаганова. – 2-е изд. – Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2022. – 130 с. – ISBN 978-5-7937-2058-8. –Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. – URL: <https://www.iprbookshop.ru/140154.html> (дата обращения: 06.02.2025). – Режим доступа: для авторизир. Пользователей

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Аудиторное оснащение: лекционная аудитория, рабочее место преподавателя, оснащенное компьютером, рабочие места студентов, канцелярское оснащение учебного процесса.

Лекционные занятия: мультимедийная аудитория: компьютер мультимедиа с прикладным программным обеспечением: проектор, колонки, программа для просмотра видео файлов, система видеомонтажа, интерактивная доска, электронные презентации по темам дисциплины.

Семинарские занятия: компьютерный класс, презентационная техника (компьютер, проектор, экран).

При осуществлении образовательного процесса по дисциплине используются информационные технологии, охватывающие ресурсы (компьютеры, программное обеспечение и сети), необходимые для управления информацией (создание, хранение, управление, передача и поиск информации): технические средства: компьютерная техника и средства связи (ноутбук, проектор, экран, USB-накопители и т.п.). В процессе лекционных и семинарских занятий используется следующее программное обеспечение: программы, обеспечивающие доступ в сеть Интернет («Google», «Chrome»); программы, демонстрации видео материалов (проигрыватель «WindowsMediaPlayer»); программы для демонстрации и создания презентаций («MicrosoftPowerPoint»).

Преподавание дисциплины предусматривает доступ обучающихся к информационно-телекоммуникационной сети Интернет, к общедоступным электронно-библиотечным системам, к ЭБС «Университетская библиотека online» (<https://biblioclub.ru>), к базе ЭИОР университета (<http://lms-ltsu.ru/>), база IPRSMART (<https://www.iprbookshop.ru/iprbkshp-srch/?availability=available&query=основы+рекламы+и+связей+с+общественностью&sort=score>).

У обучающихся имеется доступ (удаленный доступ), в том числе в случае применения электронного обучения, дистанционных образовательных технологий, к современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам, состав которых ежегодно обновляется – Портал Федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования <http://fgosvo.ru>.; Портал «Информационно-коммуникационные технологии в образовании» (<http://www.ict.edu.ru>).

9. Лист дополнений и изменений

№ п/п	Дата внесения изменения / дополнения	Основание	Содержание изменения / дополнения	Лица, подтверждающие изменение / дополнение	
				И.о. заведующего кафедрой Куянцева Е.А. (подпись)	Декан Перетятая О. С.(подпись)
1.	29.08.2023	Заменены Ф.И.О. разработчи ка	Каторгина Д.Ю. Серостанова О.Б.		
2.	29.08.2023	Изменение в форме контроля согласно учебному плану	Вместо зачета экзамен		
3.	29.08.2023	Изменение в осваиваем ых компетенц иях	Убраны следующие компетенции: ПК-26, ПК-29, ПК-36, ПК-31.		
4.	29.08.2023	Изменение структуры рабочей программы дисциплин ы согласно положени ю о рабочей программе учебной дисциплин ы в ФГБОУ ВО «ЛГПУ»	Положение о разработке рабочей программы учебной дисциплины от 28.08.2023 № 12		

--	--	--	--	--	--