МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«Казанский государственный аграрный университет»
(ФГБОУ ВО Казанский ГАУ)

Институт экономики
Кафедра – экономики и организация производства

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебной работе, доцент
_____ А.В. Дмитриев
«21» мая 2026 г.

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

Сертификат: 00861D77F7F654DB91BE53EB1C33DC7D39
Владелец: Дмитриев Андрей Владимирович
Действителен: с 16.07.2026 до 09.10.2027

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Брендинг региональной агропродовольственной продукции

Направление подготовки
Менеджмент

Направленность (профиль) подготовки
Мировые аграрные рынки
(сетевая программа с МГИМО МИД России)

Форма обучения
очная

Казань – 2026 г.

Составитель:

к.э.н., доцент	Ситдикова Ландыш Фаритовна
Должность, ученая степень, ученое звание	Ф.И.О.

Рабочая программа дисциплины обсуждена и одобрена на заседании кафедры Экономики и организации производства «28» апреля 2026 года (протокол № 8)

Заведующий кафедрой:

д.э.н., профессор	Мухаметгалиев Фарит Нургалиевич
Должность, ученая степень, ученое звание	Ф.И.О.

Рассмотрена и одобрена на заседании методической комиссии института экономики «11» мая 2026 года (протокол № 10)

Председатель методической комиссии:

к.э.н., доцент	Авхадиев Фаяз Нурисламович
Должность, ученая степень, ученое звание	Ф.И.О.

Согласовано:

Директор	Низамутдинов Марат Мингалиевич
	Ф.И.О.

Протокол ученого совета института № 9 от «19» мая 2026 года

1 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

В результате освоения основной профессиональной образовательной программы (ОПОП) по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент, направленность (профиль) «Мировые аграрные рынки», обучающийся по дисциплине «Брендинг региональной агропродовольственной продукции» должен овладеть следующими результатами:

Код индикатора достижения компетенции	Индикатор достижения компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
УК-5. Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия		
УК-5.1	Знает основные концепции, трактовки и компоненты понятий "культура" и "межкультурные коммуникации", владеет навыками кросс-культурного анализа и мультинационального делового общения	Знать: концепции культуры и межкультурных коммуникаций Уметь: проводить кросскультурный анализ Владеть: навыками мультинационального делового общения
ПК-8. Способен обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость избранной темы научного исследования.		
ПК-8.2	Аргументирует теоретическую и практическую значимость работы с указанием сфер внедрения результатов.	**Знать:** теоретическую и практическую значимость, сферы внедрения в АПК **Уметь:** аргументировать значимость, указывать конкретные сферы внедрения **Владеть:** навыками формулировки значимости
ПК-10. Способен представлять результаты проведенного исследования в виде научного отчета, статьи или доклада (презентации).		
ПК-10.1	Структурирует и оформляет результаты исследования в формате научного отчета или статьи в соответствии с требованиями к публикациям.	**Знать:** требования к отчёту и статье (ГОСТ/журнал) **Уметь:** структурировать и оформлять результаты **Владеть:** академическим письмом
ПК-10.2	Готовит устный доклад и презентацию, логично излагая основные выводы и отвечая на вопросы аудитории.	**Знать:** структуру доклада, правила презентации, приёмы ответов **Уметь:** готовить доклад и презентацию, отвечать на вопросы **Владеть:** устной научной коммуникацией

2 Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений блока 1 «Дисциплины». Изучается в 1, 1 семестрах очной формы обучения.

Изучение дисциплины предполагает предварительное освоение следующих дисциплин учебного плана: «Международный маркетинг», «Региональная аграрная политика и экспортная поддержка».

Дисциплина является основополагающей, при изучении следующих дисциплин: «Регулирование торговли продукцией АПК», «Внешнеэкономическая деятельность и международные транспортные операции».

3 Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачётных единиц (з.е.), 180 часов.

Таблица 3.1 - Распределение фонда времени по семестрам и видам занятий, в часах

Вид учебных занятий	Очная форма	
	Семестр 1	Семестр 2
Контактная работа обучающихся с преподавателем (всего, час) в том числе:	**33**	**48**
- лекции, час в том числе в виде практической подготовки, час	16	16
- практические занятия, час в том числе в виде практической подготовки, час	16	32
- зачет, час	0	0
- экзамен, час	0	0
Самостоятельная работа обучающихся (всего, час) в том числе:	**40**	**60**
-подготовка к практическим занятиям, час	30	31
- работа с тестами и вопросами для самоподготовки, час	10	10
- выполнение контрольных работ, час	0	10
- контроль, час	0	9
Общая трудоемкость час з.е.	**72**	**108**
	2	**3**

4 Содержание дисциплины, структурированное по разделам и темам с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

Таблица 4.1 - Разделы дисциплины и трудоемкость по видам учебных занятий (в академических часах)

№ темы	Раздел дисциплины	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость, в часах			
		лекции	практические работы	всего аудиторных часов	самостоятельная работа
		очно	очно	очно	очно
1	Концепция брендинга в агропродовольственной сфере: от товара к территориальному капиталу	2	2	4	10
2	Стратегии брендинга региональной продукции: модели и архитектура	2	2	4	5
3	Региональная идентичность как основа бренда: культурный код и терруар	2	4	6	5
4	Правовая охрана региональных брендов: Географические указания (ГУ) и Наименования мест происхождения товаров (НМПТ)	2	4	6	10
5	Менеджмент-анализ регионального агропродовольственного рынка	2	2	4	5
6	Управление репутацией в АПК: кризисы и доверие	2	4	6	5
7	Цифровые технологии в брендинге агропродукции	2	2	6	6
8	Экономический анализ эффективности брендинга	4	4	8	10
9	Предпринимательский подход: Бизнес-план брендированного агропроекта	4	4	8	10

10	Маркетинговые коммуникации: сторителлинг и продвижение «с земли»	2	4	6	5
11	Продвижение региональной продукции на экспорт: барьеры и стратегии захода	2	4	6	5
12	Агротуризм и эногастрономия как каналы брендинга	2	4	6	6
13	Макро- и микро-среда: прогнозы развития региональных брендов	2	4	6	8
14	Итоговая аттестация: Защита проекта «Стратегия бренда регионального агропродукта»	2	4	6	5
	Итого	32	48	80	100

Таблица 4.2 - Содержание дисциплины, структурированное по разделам и темам

№	Содержание раздела (темы) дисциплины	Время, ак.час	
		очная	
		всего	в том числе ввиде практической подготовки
	Модуль 1. Стратегические основы брендинга в АПК (Темы 1-4)		
Лекции			
1.1	Концепция брендинга в агропродовольственной сфере: от товара к территориальному капиталу	2	0
Практические работы			
1.2	Концепция брендинга в агропродовольственной сфере: от товара к территориальному капиталу	2	0
Лекции			
2.1	Стратегии брендинга региональной продукции: модели и архитектура	2	0
Практические работы			
2.2	Стратегии брендинга региональной продукции: модели и архитектура	2	0
Лекции			
3.1	Региональная идентичность как основа бренда: культурный код и терруар	2	0
Практические работы			
3.2	Региональная идентичность как основа бренда: культурный код и терруар	4	0
Лекции			
4.1	Правовая охрана региональных брендов: Географические указания	2	0

	(ГУ) и Наименования мест происхождения товаров (НМПТ)		
Практические работы			
4.2	Правовая охрана региональных брендов: Географические указания (ГУ) и Наименования мест происхождения товаров (НМПТ)	4	0
	Модуль 2. Аналитика, управление репутацией и конкурентоспособность (Темы 5-8)		
Лекции			
5.1	Менеджмент-анализ регионального агропродовольственного рынка	2	0
Практические работы			
5.2	Менеджмент-анализ регионального агропродовольственного рынка	2	0
Лекции			
6.1	Управление репутацией в АПК: кризисы и доверие	2	0
Практические работы			
6.2	Управление репутацией в АПК: кризисы и доверие	4	0
Лекции			
7.1	Цифровые технологии в брендинге агропродукции	2	0
Практические работы			
7.2	Цифровые технологии в брендинге агропродукции	2	0
Лекции			
8.1	Экономический анализ эффективности брендинга	4	0
Практические работы			
8.2	Экономический анализ эффективности брендинга	4	0
	Модуль 3. Предпринимательство, продвижение и экспорт (Темы 9-12)		
Лекции			
9.1	Предпринимательский подход: Бизнес-план брендированного агропроекта	4	0
Практические работы			
9.2	Предпринимательский подход: Бизнес-план брендированного агропроекта	4	0
Лекции			
10.1	Маркетинговые коммуникации: сторителлинг и продвижение «с земли»	2	0
Практические работы			
10.2	Маркетинговые коммуникации: сторителлинг и продвижение «с земли»	4	0
Лекции			
11.1	Продвижение региональной продукции на экспорт: барьеры и стратегии захода	2	0
Практические работы			
11.2	Продвижение региональной продукции на экспорт: барьеры и стратегии захода	4	0
Лекции			
12.1	Агротуризм и эногастрономия как каналы брендинга	2	0
Практические работы			

12.2	Агротуризм и эногастрономия как каналы брендинга	4	0
	Модуль 4. Стратегическое управление и прогнозирование (Темы 13-14)		
Лекции			
13.1	Макро- и микро-среда: прогнозы развития региональных брендов	2	0
Практические работы			
13.2	Макро- и микро-среда: прогнозы развития региональных брендов	4	0
Лекции			
14.1	Защита проекта «Стратегия бренда регионального агропродукта»	2	0
Практические работы			
14.2	Итоговая аттестация: Защита проекта «Стратегия бренда регионального агропродукта»	4	0

5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

1. Домнин, В. Н. Брендинг : Учебник и практикум для вузов / В. Н. Домнин. – 3-е издание, исправленное и дополненное. – Москва : Издательство Юрайт, 2025. – 555 с. – ISBN 978-5-534-20975-4. – EDN XMXMYL.
2. Брендинг / Е. С. Радионцева, Н. А. Анашкина, Н. В. Владимирова, Н. В. Соломина. – Омск : Омский государственный технический университет, 2024. – 136 с. – EDN TETISM.
3. Чернышева, А. М. Брендинг : Учебник для бакалавров / А. М. Чернышева, Т. Н. Якубова. – 1-е изд.. – Москва : Издательство Юрайт, 2023. – 504 с. – (Бакалавр. Академический курс). – ISBN 978-5-9916-2979-9. – EDN MFIDWB.

6 Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Представлен в приложении к рабочей программе дисциплины «Брендинг региональной агропродовольственной продукции»

7 Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

Основная учебная литература:

1. Фейлинг, Т. Б. Современный брендинг / Т. Б. Фейлинг, Т. В. Каткова, В. В. Третьяк ; Российский государственный гидрометеорологический университет. Том Часть 1. – Санкт-Петербург : Российский государственный гидрометеорологический университет, 2022. – 178 с. – EDN KZFJUA.
2. Чернышева, А. М. Брендинг : Учебник для бакалавров / А. М. Чернышева, Т. Н. Якубова. – 1-е изд.. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 504 с. – (Бакалавр. Академический курс). – ISBN 978-5-9916-2979-9. – EDN BKLHJA.
3. Рожков, И. Я. Брендинг : Учебник для бакалавров / И. Я. Рожков, В. Г. Кисмерешкин. – 1-е изд.. – Москва : Издательство Юрайт, 2019. – 331 с. – (Бакалавр. Академический курс). – ISBN 978-5-9916-3284-3. – EDN NXZQYC.

Дополнительная учебная литература:

1. Музыкант, В. Л. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 Ч. Часть 1. Стратегии, эффективный брендинг : Учебник и практикум / В. Л. Музыкант. – 1-е изд.. – Москва : Издательство Юрайт, 2020. – 342 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-9916-7093-7. – EDN BXDDEJ.
2. Шарков, Ф. И. Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг : Учебное пособие / Ф. И. Шарков. – Москва : Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2018. – 324 с. – ISBN 978-5-394-00792-7. – EDN XSBFVJ.
3. Годин, А. М. Брендинг: Учебное пособие / Годин А.М., - 3-е изд., перераб. и доп. - Москва :Дашков и К, 2016. - 184 с.ISBN 978-5-394-02629-4. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/329358 (дата обращения: 22.04.2026). – Режим доступа: по подписке. - https://znanium.ru/catalog/document?id=90665#bib
4. Музыкант, В. Л. Брендинг. Управление брендом : учебное пособие / В.Л. Музыкант. — Москва : РИОР : ИНФРА-М, 2025. — 316 с. — (Высшее образование: Бакалавриат; Азбука рекламы). — DOI: https://doi.org/10.12737/2142. - ISBN 978-5-369-01934-4. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.ru/catalog/product/2179104 (дата обращения: 22.04.2026). – Режим доступа: по подписке. - https://znanium.ru/catalog/document?id=466089#bib
5. Макаров, А. Н. Брендинг территории как инструмент развития региона : монография / А. Н. Макаров, С. И. Жук, Д. А. Искандарова. - Ставрополь : Логос, 2020. - 234 с. - ISBN 978-5-907258-38-9. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1870647 (дата обращения: 22.04.2026). – Режим доступа: по подписке. - https://znanium.ru/catalog/document?id=398096#bib

8 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1. Электронные библиотечные системы «Znanium.Com», «Лань»
2. Поисковая система Рамблер www.rambler.ru;
3. Поисковая система Яндекс www.yandex.ru;
4. Бесплатная консультационная служба: оперативная экономико-правовая информация, новые нормативные документы с комментариями и разъяснениями www.akdi.ru;
5. Комментарии законодательства, финансовые консультации, порядок формирования показателей первичной и сводной документации и отчетностиwww.consultant.ru;
6. Законы и кодексы Российской Федерации. Полные тексты документов в последней редакции. Аналитические профессиональные материалы www.garant.ru
7. Журнал «АПК: экономика, управление». Режим доступа: http://www.vniiesh.ru/publications/zhurnal_laquoapk

9 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Основными видами учебных занятий для студентов по данному курсу учебной дисциплины являются: лекции, практические занятия и самостоятельная работа студентов.

Методические указания к лекционным занятиям. В лекциях излагаются основные теоретические сведения, составляющие научную концепцию курса. Для успешного освоения лекционного материала рекомендуется:

- после прослушивания лекции прочитать её в тот же день;
- выделить маркерами основные положения лекции;

- структурировать лекционный материал с помощью заметок на полях в соответствии с примерными вопросами для подготовки.

В процессе лекционного занятия студент должен выделять важные моменты, выводы, основные положения, выделять ключевые слова, термины. Обозначить вопросы, термины, материал, который вызывает трудности, пометить и попытаться найти ответ в рекомендуемой литературе или сети «Интернет». Если самостоятельно не удаётся разобраться в материале, необходимо сформулировать вопрос и задать преподавателю на консультации, на занятии. Студенту рекомендуется во время лекции участвовать в обсуждении проблемных вопросов, высказывать и аргументировать своё мнение. Это способствует лучшему усвоению материала лекции и облегчает запоминание отдельных выводов. Прослушанный материал лекции студент должен проработать. От того, насколько эффективно это будет сделано, зависит и прочность усвоения знаний. Рекомендуется перечитать текст лекции, выявить основные моменты в каждом вопросе, затем ознакомиться с изложением соответствующей темы в учебниках, проанализировать дополнительную учебно-методическую и научную литературу по теме, расширив и углубив свои знания. В процессе рекомендуется выписывать из изученной литературы и подбирать свои примеры к изложенным на лекции положениям.

Методические рекомендации студентам к практическим занятиям. При подготовке к практическим занятиям рекомендуется следующий порядок действий:

1. Внимательно проанализировать поставленные вопросы, определить объем изложенного материала, который необходимо усвоить.

2. Изучить лекционные материалы, соотнося их с вопросами, вынесенными на обсуждение.

3. Прочитать рекомендованную обязательную и дополнительную литературу, дополняя лекционный материал (желательно делать письменные заметки).

4. Отметить положения, которые требуют уточнения, зафиксировать возникшие вопросы.

5. После усвоения теоретического материала необходимо приступать к выполнению практического задания. Практическое задание рекомендуется выполнять письменно.

Методические рекомендации студентам к самостоятельной работе. Самостоятельная работа студентов является составной частью их учебной работы и имеет целью закрепление и углубление полученных знаний, умений и навыков, поиск и приобретение новых знаний.

Самостоятельная работа студентов включает в себя освоение теоретического материала на основе лекций, основной и дополнительной литературы; подготовку к практическим занятиям в индивидуальном и групповом режиме. Советы по самостоятельной работе с точки зрения использования литературы, времени, глубины проработки темы и др., а также контроль за деятельностью студента осуществляется во время занятий.

Целью преподавателя является стимулирование самостоятельного, углублённого изучения материала курса, хорошо структурированное, последовательное изложение теории на лекциях, отработка навыков решения задач, контроль знаний студентов.

При подготовке к практическим занятиям и выполнении контрольных заданий студентам следует использовать литературу из приведенного в данной программе списка, а также руководствоваться указаниями и рекомендациями преподавателя.

Перед каждым практическим занятием студент изучает план занятия с перечнем тем и вопросов, списком литературы и домашним заданием по вынесенному на занятие материалу.

Студенту рекомендуется следующая схема подготовки к занятию и выполнению домашних заданий:

- проработать конспект лекций;

- проанализировать основную и дополнительную литературу, рекомендованную по изучаемому разделу (модулю);

- изучить решения типовых задач;
- решить заданные домашние задания;
- при затруднениях сформулировать вопросы к преподавателю.

В конце каждого практического занятия студенты получают «домашнее задание» для закрепления пройденного материала. Домашние задания необходимо выполнять к каждому занятию. Сложные вопросы можно вынести на обсуждение на занятии или на индивидуальные консультации.

10 Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

Форма проведения занятия, самостоятельной работы	Используемые информационные технологии	Перечень информационных справочных систем (при необходимости)	Перечень программного обеспечения
Лекции Практические занятия Самостоятельная работа	Мультимедийные технологии в сочетании с технологией проблемного изложения	Гарант-аэро (информационно-правовое обеспечение)	1. Операционная система Microsoft Windows 7 Enterprise 2. Офисное ПО из состава пакета Microsoft Office Standart 2016 3. Антивирусное программное обеспечение Kaspersky Endpoint Security для бизнеса 4. «Антиплагиат. ВУЗ». ЗАО «Анти-Плагиат» 5. Гарант-аэро (информационно-правовое обеспечение) (сетевая версия). 6. 1С:ПРЕДПРИЯТИЕ 8.3 (сетевая версия).. 7. LMS Moodle (модульная объектно-ориентированная динамическая среда обучения). Software free General Public License(GPL).

11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Лекции	№56 Лекционная аудитория с мультимедийным оборудованием. 420015, Республика Татарстан, г. Казань, ул. К.Маркса, д.65. Специализированная мебель: Ноутбук ASUS K50C, мультимедиа проектор EPSON – 1 шт., экран ScreenMedia -1 шт, доска – 2 шт., трибуна – 1 шт., стол для преподавателя – 1 шт., стул для преподавателя – 1 шт., столы для студентов – 36 шт., стулья для студентов – 36 шт. Учебно- наглядные пособия: настенные плакаты – 7 шт.

Практические занятия	№53 Аудитория для практических и семинарских занятий. 420015, Республика Татарстан, г. Казань, ул. К.Маркса, д.65 . Специализированная мебель: набор учебной мебели на 27 посадочных мест; доска – 1 шт., кафедра-1 шт. Учебно-наглядные пособия: настенные плакаты «Гуманитарные науки» – 3 шт.3.
Самостоятельная работа	№ 18 Компьютерный класс, аудитория для самостоятельной работы, текущего контроля и промежуточной аттестации. 420015, Республика Татарстан, г. Казань, ул. К. Маркса, д.65 Специализированная мебель: Компьютеры - процессор IntelCeleron E3200 2,4, ОЗУ1 gb, HDD 160gb,-14 шт., Мониторы 19*LG – 14 шт., Ионизатор- 2 шт., ХАБ Dlink 24порта; Принтер HP LG м 1005 – 1 шт., стол для преподавателя – 1 шт., стул для преподавателя- 1 шт., столы для студентов- 14 шт.. стулья для студентов- 14шт., шкаф-1 шт., зеркало-1 шт.
	№ 20 Компьютерный класс, аудитория для самостоятельной работы, текущего контроля и промежуточной аттестации. 420015, Республика Татарстан, г. Казань, ул. К. Маркса, д.65 Специализированная мебель: Компьютеры - процессор IntelCeleron, ОЗУ 500mb, HDD 80gb – 29 шт., Мониторы 17*Dell – 7 шт., Мониторы 17* Asus – 20 шт., Ионизатор – 2 шт., доска-1шт., столы для преподавателей- 4шт.,стулья для преподавателей -4 шт., столы для студентов- 28 шт., стулья для студентов- 28 шт., скамейка-1 шт., кондиционер-1шт.
	№ 41 Компьютерный класс для самостоятельной работы. 420015, Республика Татарстан, г. Казань, ул. К. Маркса, д.65 Специализированная мебель: Компьютеры – процессор IntelCeleron, ОЗУ 500mb, HDD 80gb – 18 шт., Мониторы 18 шт., Ионизатор – 2 шт., столы и стулья для студентов, набор учебной мебели на 26 посадочных мест, стол и стул для преподавателя – 1 шт.