



МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«Казанский государственный аграрный университет»
(ФГБОУ ВО Казанский ГАУ)

Агрономический факультет

Кафедра растениеводства и плодовоовощеводства



Рабочая программа дисциплины

БРЕНДИРОВАНИЕ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОЙ ПРОДУКЦИИ

Направление подготовки:
**35.03.07 Технология производства и переработки
сельскохозяйственной продукции**

Направленность (профиль) подготовки
Технология производства и переработки продукции растениеводства

Уровень
бакалавриата

Форма обучения
очная

Год поступления обучающихся: 2019

Казань - 2019

Составитель: Егоров Леонид Михайлович, к.с.-х.н., доцент

Рабочая программа обсуждена и одобрена на заседании кафедры растениеводства и плодовоовощеводства « 30 » апреля 2019 года (протокол № 8)

Заведующий кафедрой, д.с.-х.н., профессор

Амиров М.Ф.

Рассмотрена и одобрена на заседании методической комиссии агрономического факультета 06 мая 2019 г. (протокол № 8)

Председатель метод. комиссии, д.с.-х.н., профессор

Шайдуллин Р.Р.

Согласовано:
Декан агрономического факультета,
д.с.-х.н., профессор

Сержанов И.М.

Протокол ученого совета Агрономического факультета № 11 от 08 мая 2019 г.

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

В результате освоения ОПОП бакалавриата по направлению подготовки 35.03.07 Технология производства и переработки сельскохозяйственной продукции, обучающийся должен овладеть следующими результатами по дисциплине «Брендинг сельскохозяйственной продукции»:

Код индикатора достижения компетенции	Индикатор достижения компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
ОПК-1 Способен решать типовые задачи профессиональной деятельности на основе знаний основных законов математических, естественнонаучных и общепрофессиональных дисциплин с применением информационно-коммуникационных технологий		
ИД-1.ОПК-1	Использует основные законы естественнонаучных дисциплин для решения стандартных задач в области производства, переработки и хранения сельскохозяйственной продукции	Знать: общие закономерности и теоретические основы для решения стандартных задач в области маркетинга, разработки планов и программ организации инновационной деятельности на предприятии, эффективность применяемых современных технологий, Уметь: использовать основные законы естественнонаучных дисциплин для решения стандартных задач в области формирования бизнес плана, в решении по разработке и реализации программ брендинга, организовать работу специалиста по брендингу по осуществлению маркетинговой деятельности предприятия Владеть: профессиональными навыками применения законов естественнонаучных дисциплин для решения стандартных задач в области брендинга

2 Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина относится к факультативным дисциплинам. Изучается в 5 семестре, на 3 курсе при очной форме обучения.

Изучение дисциплины предполагает предварительное освоение следующих дисциплин учебного плана: «Философия», «Культура речи и делового общения», «Цифровые технологии в АПК»,

Дисциплина является основополагающей, при изучении дисциплин учебного плана: «Экономика и организация производства сельскохозяйственных пищевых предприятий »

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: 2 зачетные единицы, 72 час.

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

Вид учебных занятий	Очное обучение
	5 семестр
Контактная работа обучающихся с преподавателем (всего, час)	25
в том числе:	
- лекции, час	8
- практические занятия, час	16
- зачет	1
Самостоятельная работа обучающихся (всего, час)	47
в том числе:	
-подготовка к практическим занятиям, час	30
- работа с тестами и вопросами для самоподготовки, час	17
- подготовка к зачету	
Общая трудоемкость час	72
зач. ед.	2

4 Содержание дисциплины (модуля), 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)

№ тем ы	Раздел дисциплины	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость, час			
		лекции	практически е работы	всего ауд. часов	самостояте льная работа
		очно	очно	очно	очно
1	Понятие торговой марки и брэнда: специфика терминологий	8	16	24	47
	Итого	8	16	24	47

Таблица 4.2 – Содержание дисциплины, структурированное по разделам и темам

№	Содержание раздела (темы) дисциплины	Вре мя, ак.ч ас
		очно
1	Раздел 1. Понятие торговой марки и брэнда: специфика терминологий	
	<i>Лекции</i>	
1.1	Понятие торговой марки и брэнда: специфика терминологий. Брендинг как процесс. Успех брэнда как результат интеграции маркетинговых ресурсов. Бренды как «строители» взаимоотношений. Историческая эволюция брендов. Классификации брендов по категориям. Ценность брендов для производителей, дистрибьюторов и потребителей. Бренды и процесс покупки.	2
1.2	Функции торговой марки. Дифференцирующий брэнд-маркетинг с/х	2

	продукции. Восприятия потребителями добавленных ценностей. Причины ограниченного поиска внешней информации. Сигналы, помогающие оценивать бренд в АПК. Трудности восприятия брендинга. Стратегический подход к наименованию брендов. Рекомендации, обеспечивающие эффективность названий брендов. Бренд как механизм снижения риска	
1.3	Создание торговой марки. Идентификация и образ марки с/х продукции. Как потребительские бренды позволяют удовлетворять социальные и психологические запросы с/х продукции. Бренды и их символическое воздействие. Самооценка и брендинг с/х продукции. Ценности бренда и индивидуальность. Индивидуальность бренда и формирование взаимоотношений. Вклад семиотики в брендинг. Ценности бренда в промышленном брендинге.	4
	<i>Практические работы</i>	
1.4	Система торговой марки в АПК. Компания как бренд с/х продукции. Различная восприимчивость брендинга. Бренды услуг с/х продукции. Процесс формирования и сохранения мощных брендов услуг. Ритейлеры и брендинг с/х продукции.	4
1.5	Внешние атрибуты торговой марки. Появление родовых продуктов и отказ от них. Управление товарной категорией. Бренды как стратегические механизмы.	2
1.6	Типология торговых марок. Идентификация источников конкурентного преимущества брендов. Поддержание конкурентного преимущества бренда. Упреждение ответных действий конкурентов. Характеристики успешных брендов.	2
1.7	Управление торговой маркой с/х продукции. Планирование бренда с/х продукции. Сохранение ключевых ценностей бренда. Стыковка ценностей бренда	4
1.8	Тенденции и перспективы развития торговой марки: международные и глобальные бренды. Сохранение ключевых ценностей бренда. Стыковка ценностей бренда. Определение показателей бренда.	2
1.9	Торговая марка с/х продукции в России. Системный подход к обновлению брендов. Оценка бренда. Методы измерения финансовой стоимости бренда	2

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

Годин А.М. Брендинг: Учебное пособие/ А.М. Годин – 4-е изд. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2016 – 184 с. <https://new.znaniyum.com/read?id=90665>

Музыкант В.Л. Брендинг: Управление брендом: Учеб. Пособие. – М.: РИОР: ИНФРА-М, 2014 – 316 с. <https://new.znaniyum.com/read?id=180314>

Кузьмина О.Г. Бренд-менеджмент: учеб. пособие/ О.Г. Кузьмина. – М.: РИОР: ИНФРА-М, 2018 – 176 с. <https://new.znaniyum.com/read?id=302143>

Кукушин В.Д. Дизайн и реклама: от теории к практике – М.: ДМК Пресс, 2017. – 308 с. <https://new.znaniyum.com/read?id=341233>

Самостоятельная работа студентов по дисциплине «Бендирование сельскохозяйственной продукции» включает аудиторную и внеаудиторную самостоятельную работу в течение семестра.

Аудиторная самостоятельная работа осуществляется в форме выполнения заданий на лабораторных занятиях, а также выполнения заданий для текущего контроля знаний по завершении изучения темы.

Внеаудиторная самостоятельная работа включает: подготовку к аудиторным занятиям и мероприятиям текущего контроля; завершение заданий, предусматривающих работу с законодательными и нормативными материалами, выполняемых студентами на занятиях; подготовку к аттестации по итогам освоения дисциплины.

Самостоятельная работа выполняется студентами в читальных залах библиотеки, компьютерных классах, а также в домашних условиях.

Все виды самостоятельной работы студентов подкреплены учебно-методическим и информационным обеспечением, включающим учебники, учебно-методические пособия, конспекты лекций, необходимое программное обеспечение. Студенты имеют контролируемый доступ к ресурсу Интернет.

Примерная тематика курсовых проектов (не предусмотрено)

6 Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся представлен в приложении в рабочей программе дисциплины «Брендинг сельскохозяйственной продукции».

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

Основная учебная литература:

1. **Годин А.М.** Брендинг: Учебное пособие/ А.М. Годин – 4-е изд. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2016 – 184 с. <https://new.znanium.com/read?id=90665>
2. **Музыкант В.Л.** Брендинг: Управление брендом: Учеб. Пособие. – М.: РИОР: ИНФРА-М, 2014 – 316 с. <https://new.znanium.com/read?id=180314>
3. **Кузьмина О.Г.** Бренд-менеджмент: учеб. пособие/ О.Г. Кузьмина. – М.: РИОР: ИНФРА-М, 2018 – 176 с. <https://new.znanium.com/read?id=302143>
4. **Кукушин В.Д.** Дизайн и реклама: от теории к практике – М.: ДМК Пресс, 2017. – 308 с. <https://new.znanium.com/read?id=341233>
5. **Грошев И.В., Краснослободцев А.А.** Системный бренд-менеджмент: учебник – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012 – 655 с.
6. **Темпорал П.** Эффективный бренд-менеджмент – СПб.: Нева, 2004 – 288 с.
7. **Лейни Т.А.** Бренд-менеджмент: учебно-практическое пособие – М.: Дашков и К., 2010 – 228 с.
8. **Рудая Е.А.** Основы бренд-менеджмента: учебное пособие- М.: Аспект-Пресс, 2006 – 256 с.
9. **Макашев М.О.** Бренд-менеджмент: учебное пособие – Спб.: Питер, 2013 – 224 с

Дополнительная литература

1. Бодуан Ж.-П.. Управление имиджем компании. Паблик рилейшнз: предмет и мастерство: Пер. с фр.- М.: Консалтинговая группа "Имидж-Контакт": ИНФРА-М, 2001.
2. Головлева Е.Л. Торговая марка: теория и практика управления/Учебное пособие. - М.: Социум, 2003
3. Головлева Е.Л. Основы рекламы. Учебное пособие. М.:Вершина, 2003.
4. Дейан А.. Реклама/Пер. с франц. под ред. С.Г.Божук- Спб.: Издательский Дом "Нева", 2003.
5. Вахнина Т.А.Товарные знаки и их защита.// Рекламный мир. - 1997. - №10 (60). - С26.
6. Домнин В.Н. Брэнддинг: новые технологии в России.- Спб.: Питер, 2002.
7. Капферер Ж.-Н. Торговые марки: испытание практикой.- М.:»Имидж-Контакт»- ИНФРА-М, 2002.
8. Кисмерешкин В.Г. Реклама в продвижении российских товаров. - М.: "ОАО"Экономика", 2000. - 192 с.

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

1. Официальный интернет-портал Министерства сельского хозяйства РФ (Минсельхоз России). <http://www.mcx.gov.ru/>
2. Официальный интернет-портал Министерства сельского хозяйства и продовольствия Республики Татарстан. <http://agro.tatarstan.ru/>
3. Электронно-библиотечная система «Лань» <https://e.lanbook.com>
4. Электронно-библиотечная система «Znaniy.com» <https://znaniy.com>

9 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Основными видами учебных занятий для студентов по данному курсу учебной дисциплины являются: лекции, лабораторные, 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 пометок 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. Если самостоятельно не удастся разобраться в материале, необходимо сформулировать вопрос и задать его преподавателю на занятиях. 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 дома самостоятельно. 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 лабораторным и практическим занятиям. При подготовке к лабораторным и практическим занятиям рекомендуется следующий порядок действий:

1. Внимательно проанализировать поставленные теоретические вопросы, определить объем теоретического 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 лабораторного или практического задания. Лабораторные и практические работы следует выполнять строго в той последовательности, в какой указано в методических указаниях кафедры по изучению дисциплины.

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 лабораторным и 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 лабораторным и 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 лабораторным или 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 лабораторного или 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
Лекция	Мультимедийные технологии в сочетании с технологией проблемного изложения	нет	1. Операционная система Microsoft Windows 7 Enterprise 2. Офисное ПО из состава пакета Microsoft Office Standard 2016 3. Антивирусное программное обеспечение Kaspersky Endpoint Security для бизнеса 4. «Антиплагиат. ВУЗ». ЗАО «Анти-Плагат»
Практические занятия, Самостоятельная работа	-	нет	

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

Лекции Практические занятия	Учебная аудитория 17 для проведения занятий лекционного типа Набор учебной мебели, стул преподавательский – 1 шт.; доска меловая – 1 шт.; освещение доски – 1 шт.; трибуна – 1 шт., ноутбук, мультимедиа проектор EPSON – 1 шт., экран ScreenMedia – 1 шт.
Самостоятельные работы	Учебная аудитория 18 для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации. Стулья, парты, доска аудиторная, набор учебно-наглядных пособий.