

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Юров Сергей Серафимович

Должность: ректор

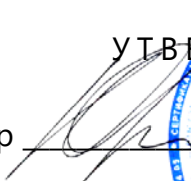
Дата подписания: 11.03.2022 18:00:55

Уникальный программный ключ:

3cba11a39f7f7fadc578ee5ed1f72a427b45709d10da536261144f9b644b8f14

B&D

Автоматизированный документ, созданный в электронной форме
"ИНСТИТУТ БИЗНЕСА И ДИЗАЙНА"

УТВЕРЖДАЮ
Ректор  С.С. Юров
« 27 » августа 2021г.



ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПЕРЕПОДГОТОВКИ

«Бренд-дизайн»

сфера деятельности: «Менеджмент»

**Форма обучения:
Очно-заочная**

Москва, 2021

Разработчик программы профессиональной переподготовки:

Дымова С.С. – кандидат экономических наук, доцент, первый проректор АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна»

Кожанов А.С. – член Совета Ассоциации брендинговых компаний России, член Московского Союза художников.

Разработчики рабочих программ:

Матюшкин В.С.- кандидат психологических наук, доцент кафедры менеджмента и маркетинга

Федоров А.В. – старший преподаватель кафедры менеджмента и маркетинга

Толкачев А.Н. – кандидат юридических наук, доцент кафедры менеджмента и маркетинга

Рецензент: Кривошекова Г.А., кандидат философских наук, генеральный директор ООО Научно-консалтинговый центр инноваций и социальных технологий «Инсайт»

Программа рекомендована к реализации Ученым советом АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна» «27» августа 2021 г. Протокол № 04-21

СОДЕРЖАНИЕ

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОГРАММЫ

-	Законодательные и нормативно-правовые акты, в соответствии с которыми разрабатывалась программа
-	Тип дополнительной профессиональной программы
-	Цель программы
-	Категории обучающихся
-	Срок освоения программы
1.2. ХАРАКТЕРИСТИКА НОВОГО ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, НОВОЙ КВАЛИФИКАЦИИ	
1.3. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ	
1.4. ТРЕБОВАНИЯ К УРОВНЮ ПОДГОТОВКИ ПОСТУПАЮЩИХ НА ОБУЧЕНИЕ, НЕОБХОДИМОМУ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ	
2. СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ	
2.1.	Учебный план (Приложение1)
2.2.	Дисциплинарное содержание программы
3. ОРГАНИЗАЦИОННО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ	
3.1.	Материально-технические условия реализации программы
3.2.	Учебно-методическое и информационное обеспечение программы
3.3.	Кадровое обеспечение образовательного процесса (Приложение 2)
3.4.	Календарный график учебного процесса (Приложение3)
4. ОЦЕНКА КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ	
4.1.	Содержание промежуточной аттестации
4.2.	Содержание итоговой аттестации
5. РАЗРАБОТЧИКИ И ЭКСПЕРТЫ ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОГРАММЫ

Законодательные и нормативно-правовые акты, в соответствии с которыми разрабатывалась программа:

- Трудовой кодекс Российской Федерации от 30 декабря 2001 г. №197-ФЗ;
- Федеральный закон от 29 декабря 2012 г. №273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;
- Приказ Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 12 апреля 2013 г. №148н «Об утверждении уровней квалификаций в целях разработки проектов профессиональных стандартов»;
- Приказ Министерства образования и науки Российской Федерации от 1 июля 2013 г. №499 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным профессиональным программам»;
- Квалификационный справочник должностей руководителей, специалистов и других служащих 4-е издание, дополненное, утвержденного постановлением Минтруда РФ от 21 августа 1998 г. N 37;
- Профессиональный стандарт «Управление (руководство) организацией», код ВЭД: 01, 02, 05, 10-37, 40, 41, 45, 50-52, 55, 60-67, 70-75, 80, 90, 91-93, 95 (утв. Национальным центром сертификации управляющих в 2010 г.);
- Профессиональный стандарт «Маркетолог» (утв. Приказом Министерства труда и социальной защиты РФ 04 июня 2018г. № 3664, рег. номер 1134)
- Общероссийский классификатор занятий (ОКЗ) ОК 010-2014 (МСКЗ - 08) – дата введения в действие 1 июля 2015 года (Приказ Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 12 декабря 2014 г. N 2020-ст)
- ФГОС ВО направление подготовки 38.03.02 - «Менеджмент», уровень высшего образования - бакалавриат, утвержденный Министерством образования и науки РФ от 12 января 2016 г.;
- Устав Автономной некоммерческой организации высшего образования «Институт бизнеса и дизайна»;
- Положение о порядке разработки и утверждения дополнительных профессиональных программ в АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна», утвержденное Ученым советом 24.09.2015 г., протокол № 05-15.

Тип дополнительной профессиональной программы: программа профессиональной переподготовки (далее программа).

Цель реализации программы: подготовка обучающихся для работы в сфере менеджмента, в частности для выполнения вида профессиональной «Разработка, тестирование и внедрение инновационных товаров (услуг), создание нематериальных активов (брендов) и управление ими в организации».

К освоению программы допускаются: лица, имеющие высшее профессиональное образование и (или) получающие высшее профессиональное образование.

Срок освоения программы: 104 недели (2 года) Объем программы 1512 час.

1.2. ХАРАКТЕРИСТИКА НОВОГО ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, НОВОЙ КВАЛИФИКАЦИИ

а) Область профессиональной деятельности слушателя, прошедшего обучение по программе профессиональной переподготовки для выполнения нового вида

профессиональной деятельности, включает:

- управленческая деятельность в организациях любой организационно-правовой формы;
- предпринимательская и организационная деятельность;
- предметные системы и комплексы;
- информационное пространство.

б) Объектами профессиональной деятельности являются:

- предметно-пространственная среда, удовлетворяющая потребности человека;
- процессы управления организацией;
- научно-исследовательские процессы.

в) Слушатель, успешно завершивший обучение по данной программе, должен решать следующие профессиональные задачи в соответствии с видами профессиональной деятельности:

организационно-управленческая:

- организация творческих коллективов (команд) для решения организационно-управленческих задач и руководство ими;
- организация и управление маркетинговой деятельностью
- разработка, тестирование и внедрение инновационных товаров (услуг), создание нематериальных активов (брендов) и управление ими в организации.

аналитическая:

- поиск, анализ и оценка информации для подготовки и принятия управленческих решений;
- анализ существующих форм организации и процессов управления, разработка и обоснование предложений по их совершенствованию;
- проведение оценки эффективности проектов с учетом фактора неопределенности;

научно-исследовательская:

- организация проведения научных исследований: определение заданий для групп и отдельных исполнителей, выбор инструментария исследований, анализ их результатов, сбор, обработка, анализ и систематизация информации по теме исследования, подготовка обзоров и отчетов по теме исследования;
- разработка моделей исследуемых процессов, явлений и объектов, относящихся к сфере профессиональной деятельности, оценка и интерпретация полученных результатов.

г) уровень квалификации в соответствии с профессиональным стандартом

– Уровень квалификации – седьмой (Профессиональный стандарт «Маркетолог» Профессиональный стандарт «Маркетолог» (утв. Приказом Министерства труда и социальной защиты РФ 04 июня 2018г. № 3664, рег. номер 1134)

Трудовые функции соответствующего уровня квалификации	Декомпозиция компетенций для выполнения трудовых функций		
	Практический опыт	знание	умение
Управление оперативной деятельностью подразделения для	Планирование работы в соответствии с существующими требованиями	Локальные нормативные акты организации. Процессы бизнес-	Планировать деятельность предприятия и коллектива.

эффективного выполнения задач	Управление работами Осуществление развития персонала в технологиях Осуществление саморазвития в технологиях Руководство изменениями технологии, рационализаторством	планирования. Методы мотивации и стимулирования персонала. Способы и механизмы саморазвития в технологиях. Теория и практика управления организацией и процессами	Рационально использовать методы мотивации и стимулирования персонала. Осуществлять саморазвитие в технологиях Предвидеть риски и производить изменения
Разработка, тестирование и внедрение инновационных товаров (услуг), создание нематериальных активов (брендов) и управление ими в организации	Разработка мер по внедрению инновационных товаров (услуг). Создание нематериальных активов (брендов) в организации и управление ими. Разработка и реализация комплекса мероприятий по привлечению новых потребителей товаров (услуг). Разработка технических заданий на создание фирменного стиля организации, ее бренда; Реализация программ повышения потребительской лояльности к товарам (услугам, брендам) организации; Подготовка рекомендаций для принятия маркетинговых решений в отношении товаров (услуг, брендов)	Способы продвижения новых товаров и услуг, брендов компании Методы управления потребительским поведением Алгоритм разработки и реализации создания атрибутов бренда. Методы и инструменты маркетингового анализа, критерии эффективной презентации полученных результатов и предложений по совершенствованию	Разрабатывать меры по внедрению инновационных товаров (услуг). Создавать нематериальные активы (бренды в организации и управлять ими. Разрабатывать и реализовывать комплекс мероприятий по привлечению новых потребителей товаров (услуг). Разрабатывать технических заданий на создание атрибутов бренда; Реализовывать программы повышения потребительской лояльности к товарам (услугам, брендам) организации; Готовить рекомендации для принятия маркетинговых решений в отношении товаров (услуг, брендов)
Управление	Разработка планов	Содержание и виды	Разрабатывать

рекламной компанией	рекламных мероприятий по одному виду или группе товаров (услуг) Участие в формировании рекламной стратегии. Осуществление выбора форм и методов рекламы в средствах массовой информации, их текстового, цветового и музыкального оформления. Организация разработку рекламных текстов, плакатов, проспектов, каталогов, буклетов, контроль их качества	рекламных, коммуникационных кампаний, способы их организации, обработки и анализа результатов от их проведения. Специфику и требования к размещению рекламы в СМИ и в окружающей среде	планы рекламных мероприятий по одному виду или группе товаров (услуг) Осуществлять выбор форм и методов рекламы в средствах массовой информации, их текстового, цветового и музыкального оформления. Организовывать разработку рекламных текстов, плакатов, проспектов, каталогов, буклетов, контроль их качества
------------------------	---	---	--

1.3. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ

а) в качестве планируемых результатов освоения программы ожидается совершенствование имеющихся компетенций: ОК-1, ОК-2, и формирование новых компетенций: ОПК-1, ПК1, ПК-2, ПК-6, ПК-7, ПК-8, ДПК-1, ДПК-2

Компетенции	Знать	уметь	владеть
ОК-1 - Способность к коммуникации в устной и письменной формах для решения профессиональных задач	Систему коммуникаций в устной и письменной формах, нормы и правила делового общения	Устанавливать коммуникации в устной и письменной формах с работниками организации и внешними заказчиками для решения профессиональных задач, использовать эффективные источники передачи информации	Навыками коммуникации в устной и письменной формах для решения профессиональных задач
ОК-2 - Способность к самоорганизации и самообразованию	Систему самоорганизации и самообразования, виды самооценки,	самостоятельно оценивать роль новых знаний, навыков и	навыками познавательной деятельности, поиска методов

	уровни притязаний, их влияние на результат образовательной и профессиональной деятельности, способы профессионального развития	компетенций в профессиональной деятельности, оценивать необходимость и возможность социальной и профессиональной адаптации, оценивать и прогнозировать последствия своей социальной и профессиональной деятельности	решения практических задач, формами и методами самообучения и самоконтроля
ОПК-1-Способность находить организационно-управленческие решения и нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений	Корпоративные стандарты и методики адаптации ключевых сотрудников, правила и нормы охраны труда, техники безопасности, производственной санитарии и противопожарной защиты, методы и технологии предупреждения (разрешения) конфликтов	Моделировать развитие событий и оценивать их возможные последствия, планировать свою деятельность и деятельность организации в зоне ответственности, принимать системные решения в конкретных ситуациях в соответствии с ценностями и политикой организации	Навыками информирования сотрудников о нормах и правилах обеспечения культуры организации, составления прогнозов развития персонала, создания благоприятного социально-психологического климата в коллективе.
ПК-1 Владение навыками использования основных теорий мотивации, лидерства и власти для решения оперативных управленческих задач, также для организации групповой работы	Законодательные и правовые акты и методические материалы по вопросам труда и социального развития ключевого персонала предприятия, методы оценки работников и результатов их труда, количественного и качественного состава персонала, основы трудовой	Осуществлять сотрудничество и взаимодействие в рамках корпоративной этики, оценивать индивидуальный вклад сотрудников в достижение общих целей, их реальные и потенциальные возможности, принимать на себя обязательства и ограничения, установленные на предприятии в рамках	навыками обеспечения предприятия квалифицированным персоналом, формирования программ социально-психологической адаптации и ввода в должность новых сотрудников, формулирования основных положений и требований должностных инструкций

	мотивации персонала	корпоративной и профессиональной этики	
ПК-2 - Владение различными способами разрешения конфликтных ситуаций при проектировании межличностных, групповых и организационных коммуникаций на основе современных технологий управления персоналом, в том числе в межкультурной среде	Методы определения и оценки личностных и профессиональных компетенций при проектировании организационных коммуникаций, основы общей и социальной психологии, социологии и психологии труда, этики делового общения, закономерности зарождения, возникновения, развития, разрешения и завершения конфликтов любого уровня в трудовом коллективе	Развивать творческую инициативу работников в межкультурной среде, координируя их деятельность в рамках структурных подразделений, четко определять критерии и уровни удовлетворенности персонала предприятия, принимать решения по оплате труда подчиненных с учетом их личного вклада в общие результаты работы с целью избегания конфликтных ситуаций	Методами управления межличностными отношениями, формирования команд, развития лидерства и исполнительности, определения удовлетворенности работой, навыками анализа внутренних коммуникаций персонала, методами решения кадровых проблем и трудовых конфликтов, навыками применения к работникам мер поощрения и дисциплинарного взыскания при разрешении конфликтных ситуаций
ПК-6 - Способность участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений	Модели и методы управления проектом на стадиях его разработки и реализации, их возможности и ограничения, порядок использования, основные процессы и подсистемы проектного управления, формы организации труда над проектом в ходе его разработки и реализации	Использовать методы качественного и количественного анализа проекта в ходе его концептуальной проработки, использовать проектный анализ, организовывать систему управления проектом, контролировать ход выполнения проекта	навыками управления проектом, его организацией, планированием, реализацией и интеграцией, навыками управления поставками, рисками и человеческими ресурсами в ходе управления проектами, методами и приемами анализа управленческих процессов

ПК-7 - Владение навыками поэтапного контроля реализации бизнес-планов и условий заключаемых соглашений, договоров и контрактов, умением координировать деятельность исполнителей с помощью методического инструментария реализации управленческих решений в области функционального менеджмента для достижения высокой согласованности при выполнении конкретных проектов и работ	Технологические и организационные основы разработки, выбора и принятия управленческих решений, основные методы разработки, выбора и принятия управленческих решений, критерии принципы, методы, инструменты оценки эффективности управленческих решений	Ставить цели и формулировать задачи, направленные на реализацию профессиональных функций руководителя, осуществлять отбор методических приемов разработки, выбора и принятия управленческих решений, осуществлять социально-экономическую оценку результатов принятия и реализации управленческих решений	Методами определения приоритетов целевой ориентации управленческих решений, навыками анализа альтернативных вариантов управленческих решений в условиях определенности, неопределенности и рисков, навыками мониторинга выполнения принятого управленческого решения
ПК-8 - Владеет навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений.	сущность, направления и виды документационного обеспечения управления; понятие информации, используемой в управленческой деятельности	осуществлять информационное обеспечение процесса разработки решений; оформлять реквизиты отдельных видов управленческих документов в соответствии с правилами, установленными нормативными документами, и языковыми требованиями к оформлению реквизитов управленческих документов; проектировать и организовывать	способностью к работе в условиях большого объема неструктурированной информации; навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений.

		процесс принятия решений	
ДПК-1 Способность проводить маркетинговые исследования, изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка, интерпретировать полученные результаты и использовать их для принятия управленческих решений.	- Основные понятия, виды и методы проведения маркетинговых исследований поведения потребителей, принципы и механизм разработки программы продвижения продукции организации и привлечения потребителей, теоретические основы управления текущей деятельностью подразделения	эффективно использовать инструменты и методы маркетинговых исследований при изучении поведения потребителей, разрабатывать программы продвижения продукции организации и привлечения потребителей, управлять текущей деятельностью подразделения	основными способами и методами проведения маркетинговых исследований, навыками разработки программ продвижения продукции организации и привлечения потребителей, навыками управления текущей деятельностью подразделения
ДПК-2 Способность разрабатывать и управлять коммуникационным и системами, интегрировать различные средства продвижения товаров в комплекс маркетинговых коммуникаций, формировать имидж организации и управлять брендами	- Основные термины и понятия в области коммуникационных систем, принципы интегрирования различных средств продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций, основы формирования имиджа и управления брендами	Использовать методы управления коммуникационным и системами, умеет интегрировать различные средства продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций, умеет формировать имидж организации.	Основными способами и методами управления коммуникационным и системами, навыками интеграции различных средств продвижения товаров в комплекс маркетинговых коммуникаций, навыками формирования имиджа организации и управления брендами

Распределение компетенций по учебным дисциплинам

№	Наименование дисциплин / Компетенции	ОК-1	ОК-2	ОПК-1	ПК-1	ПК-2	ПК-6	ПК-7	ПК-8	ДПК-1	ДПК-2
1.	Брендинг в системе маркетинга		X							X	X
2.	Основы брендинга		X							X	X
3.	Визуальная идентификация бренда	X								X	X
4.	Вербальная идентификация бренда	X							X		X
5.	Практический курс проектирования потребительского бренда						X	X	X		
6.	Бренд-дизайн	X								X	X
7.	Бренд-стратегия						X	X		X	
8.	Бренд-менеджмент			X	X	X					
9.	Практический курс проектирования социального бренда						X	X	X		
10.	Психология в маркетинге			X	X	X					
11.	Инструменты бренд-стратегии	X								X	X
12.	Маркетинговые коммуникации	X								X	X
13.	Практический курс проектирования ритейл-бренда						X	X	X		
14.	Арт-дирекшн		X		X	X					
15.	Практический курс проектирования корпоративного бренда						X	X	X		
16.	Углубленный курс бренд-дизайна	X							X		X
17.	Итоговая аттестация	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X

1.4. ТРЕБОВАНИЯ К УРОВНЮ ПОДГОТОВКИ ПОСТУПАЮЩЕГО НА ОБУЧЕНИЕ, НЕОБХОДИМОМУ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ

Лица, желающие освоить дополнительную профессиональную программу, должны иметь высшее непрофильное образование или получать высшее непрофильное образование. Наличие указанного образования должно подтверждаться документом государственного или установленного образца.

Желательно иметь стаж работы (не менее I года).

1.5 ТРУДОЕМКОСТЬ ОБУЧЕНИЯ

Трудоемкость обучения составляет 1512 час. за весь период, включает все виды аудиторной и самостоятельной работы слушателя и время, отводимое на контроль качества освоения программы.

1.6 ФОРМА ОБУЧЕНИЯ

Форма обучения – очно-заочная с использованием ДОТ.

Режим занятий

Максимальная учебная нагрузка составляет не более 54 часов в неделю.

2. СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ

2.1. Учебный план (Приложение 1).

2.2. Дисциплинарное содержание программы

см. Рабочие программы учебных дисциплин.

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ

3.1. Материально-технические условия реализации программы

1. Оборудованные учебные аудитории, в том числе с использованием видеопроектора и подключением к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду Института.
2. Аудитории для самостоятельной работы с подключением к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду Института.
3. Компьютерный класс с подключением к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду Института.
4. Аудио и видеоаппаратура.
5. Учебно-наглядное оборудование.

№ 423

Учебная аудитория для проведения учебных занятий. Аудитория оснащена оборудованием и техническими средствами обучения:

- а) учебной мебелью: столы, стулья, доска маркерная учебная
- б) стационарный широкоформатный мультимедиапроектор Epson EB-X41, экран, колонки.
- в) 1 компьютер, подключенный к сети «Интернет», с обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна»

№ 402

Помещение для самостоятельной работы. Аудитория оснащена оборудованием и техническими средствами обучения:

- а) учебной мебелью: столы, стулья, доска маркерная учебная
- б) стационарный широкоформатный мультимедиапроектор Epson EB-X41, экран, колонки.
- в) 11 компьютеров, подключенных к сети «Интернет», с обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна»

3.2. Учебно-методическое и информационное обеспечение программы

ЛИТЕРАТУРА

1. Грошев И. В., Краснослободцев А. А. Системный бренд-менеджмент: учебник. М.: Юнити-Дана, 2015.
2. режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=117920&sr=1
3. Чернатони Л., МакДональд М. Брендинг. Как создать мощный бренд: учебник. М.: Юнити-Дана, 2015.
4. режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=436697&sr=1
5. Джоббер Д., Ланкастер Дж. Продажи и управление продажами: учебное пособие для вузов. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015.-622с.
6. режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_view_red&book_id=114548
7. Кент Т. Розничная торговля: учебник для студентов вузов / Т.Кент, О.Омар; пер. с англ. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015.-719с.
8. режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_view_red&book_id=117685
9. Кузнецов П.А. Современные технологии коммерческой рекламы: практическое пособие / П.А. Кузнецов, - М.: изд.-торговая корпорация «Дашков и К», 2016-296с.
10. режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_view_red&book_id=345403
11. Макашев М. О. Бренд: учебное пособие. М.: Юнити-Дана, 2015.
12. режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=114390&sr=1
13. Ткаченко Н.В. Креативная реклама. Технологии проектирования: учеб. пособие для студентов вузов – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. -335с.
14. режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_view_red&book_id=11442
15. Хорн С. Как выделить свой бренд из толпы / С.Хорн; пер. с англ. И.В. Гродель. – Минск: Попурри, 2014 – 180с.
16. режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_view_red&book_id=430566
17. Шарков Ф.И. Константы гудвилла: стиль, паблисити, репутация, имидж и бренд фирмы: учебное пособие / Ф.И. Шарков. – 3-е изд. – М.: Изд.-торг. корпорация «Дашков и К», 2015. – 270с. режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_view_red&book_id=452896

ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ ИНТЕРНЕТ, НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ

1. 1. Biblioclub.ru – университетская библиотечная система online
2. Справочная правовая система «Консультант плюс».
3. Справочная правовая система «Гарант».
4. <https://uisrussia.msu.ru/> - база данных и аналитических публикаций университетской информационной системы Россия
5. <http://www.brandz.com/> - база данных о мировых брэндах. Она содержит данные от более чем 650 000 потребителей и специалистов в 31 стране. Сравнивает более 23 000 брендов. База данных используется для оценки бренда, и каждый год, начиная с 2006 года, используется для создания списка из 100 лучших мировых брендов.

6. <https://www.interbrand.com/best-brands/best-global-brands/2017/> - база данных ТОП-100 самых дорогих брендов мира (стоимость, рост акций и т. Д) по данным консалтингового агентства. Interbrand - одного из мировых лидеров в области брендинга (ребрендинга, нейминга).
7. <http://www.popairussia.com/analytics/research> - база исследовательских данных ассоциации POPAI GLOBAL - международной ассоциации маркетинга в ритейле, объединение экспертов в области маркетинговых коммуникаций, специализирующихся по стимулированию сбыта и оформлению мест продаж
8. <http://russianbranding.ru/> - АБКР (RBCA) - общественная организация, представляющая интересы брендинговых агентств России
9. <http://xn--90agc6acgim.xn--p1ai/> - сайт «Корпорация оценки бренда». Компания является ведущей независимой фирмой по оценке бренда и других нематериальных активов, а также стратегическим консультантом в области маркетинга и брендинга.
10. <https://psyera.ru/search-results?searchid=2107949&text=eghfdktybt+ghjtrnfvb> - база статей и данных по управлению проектами
11. <https://uisrussia.msu.ru/> - база данных и аналитических публикаций университетской информационной системы Россия
12. <https://pmmagazine.ru/> - сайт журнала «Управление Проектами» - журнал об управлении проектами, программами и портфелями проектов
13. <http://www.pm-conf.ru/> - сайт международной конференции «Управление проектами»
14. <http://www.pmprofy.ru/> - Управление проектами. Microsoft Project. Профессионал управления проектами.
15. <http://www.pmtoday.ru/> - ресурс посвящен теме управления проектами и он помогает руководителям улучшить свои навыки
16. <http://www.akarussia.ru/node/5025> - база данных исследований Ассоциации коммуникационных агентств России (АКАР)
17. <https://www.logaster.ru/> - Logaster — онлайн сервис для создания логотипов и элементов фирменного стиля
18. <https://realybiz.ru/> - сборник креативных идей для малого бизнеса.
19. <http://powerbranding.ru/cenoobrazovanie/> - Онлайн — энциклопедия по брендингу
20. <https://www.interbrand.com/> - сайт консалтингового агентства Interbrand - одного из мировых лидеров в области брендинга (ребрендинга, нейминга).

ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

Лицензионное программное обеспечение:

1. Kaspersky Endpoint Security KL4863RAPFQ (Договор: Tr000583293, срок действия по 16.02.2022 г.);
2. Windows 10 Pro Professional (Договор: Tr000391618, срок действия с 20.02.2020 г. по 28.02.2023 г., Лицензия: V8732726);
3. Microsoft Office Professional Plus 2019 (Договор: Tr000391618, срок действия с 20.02.2020 г. по 28.02.2023 г., Лицензия: V8732726).

Свободно распространяемое программное обеспечение:

1. Браузер Google Chrome;
2. Архиватор 7-Zip;
3. Adobe Reader - программа для просмотра, печати и комментирования документов в формате PDF;
4. ZOOM - программа для организации видеоконференций;
5. Медиаплеер VLC

Учебно-методические материалы, презентации по учебным дисциплинам, а также тестовые задания доступны в электронной информационно-образовательной среде АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна» по адресу: <http://edu4.inobe.ru/subject/> с персонифицированным доступом)

3.3. Кадровое обеспечение образовательного процесса (Приложение 2)

4. ОЦЕНКА КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ

4.1. Содержание промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация осуществляется в форме зачета или экзамена по каждой пройденной учебной дисциплине. Вопросы к зачетам и экзаменам содержатся в рабочих программах учебных дисциплин, а также размещены в электронной информационно-образовательной среде АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна» по адресу: <http://edu4.inobe.ru/subject/> с персонифицированным доступом)

Критерии оценивания описаны в рабочих программах учебных дисциплин

4.2. Содержание итоговой аттестации

Итоговая аттестация предполагает проверку результатов освоения программы профессиональной переподготовки, т.е. оценку сформированности всех компетенций, предусмотренных программой.

Аттестация осуществляется в форме итогового экзамена.

Предмет и объект оценивания с указанием критериев и шкал

Предмет оценивания знания, умения, владение	Объект оценивания - продукт деятельности процесс, продукт и процесс	Показатели оценки	Критерии оценки	Шкалы оценки
Знания ОК-1, ОК-2, ОПК-1, ПК-1 ПК-2, ПК-6, ПК-7, ПК-8, ДПК-1, ДПК-2	Ответ на вопросы экзаменационно го билета и вопросы членов комиссии или отсутствие ответов	Актуальность; Научность; Полнота изложения	не владеет знаниями в предметной области	неудовлетвори- тельно
			демонстрирует знания, но допускает ошибки, затрудняется при ответах на вопросы	удовлетвори- тельно
			демонстрирует знания, отвечает на вопросы, допускает незначительные ошибки, способен исправлять их самостоятельно	хорошо
			демонстрирует знания, уверенно и полно отвечает на вопросы	отлично
Умения	Выполнение практических		не демонстрирует	неудовлетвори- тельно

ОК-1, ОК-2, ОПК-1, ПК-1 ПК-2, ПК-6, ПК-7, ПК-8, ДПК-1, ДПК-2	заданий в период обучения;	Достижение планового результата;	фрагментарно	удовлетворительно
	Работа в группе;	Активность, инициатива, толерантность, лидерство;	выполнены 2 критерия из трех	хорошо
	Участие в круглом столе, дискуссии	Качество и полнота аргументов, умение отстаивать свою точку зрения	демонстрирует в полной мере	отлично
Владение (опыт деятельности) ОК-1, ОК-2, ОПК-1, ПК-1 ПК-2, ПК-6, ПК-7, ПК-8, ДПК-1, ДПК-2	Использование полученных знаний в практической деятельности на предприятии в период обучения	Достижение поставленной цели в практической деятельности на предприятии (в организации) - самооценка	ожидаемый результат от практической деятельности не получен	неудовлетворительно
			ожидаемый результат от практической деятельности получен частично	удовлетворительно
			ожидаемый результат от практической деятельности недостаточно эффективен	хорошо
			получен эффективный результат от практической деятельности	отлично

Оценочные материалы, методические указания и другая информация, касающаяся оценки результатов освоения программы приводится в программе итоговой аттестации

УЧЕБНЫЙ ПЛАН

дополнительной профессиональной программы профессиональной переподготовки «Бренд-дизайн»

Трудоемкость: 1512 часов, что составляет 42 ЗЕТ

Срок обучения: 104 недели (2 года)

Режим занятий: 10 аудиторных часов в неделю в течение четырех семестров (суббота, воскресенье).

Наименование дисциплин	Форма контроля	ЗЕТ	Итого акад.часов				Курс 1												Курс 2																
							Сем. 1						Сем. 2						Сем. 3						Сем. 4										
			По плану	Контакт часы	СР	Конт роль	з.е.	Итого	Конт	Лек	Пр	СР	Конт роль	з.е.	Итого	Конт	Лек	Пр	СР	Конт роль	з.е.	Итого	Конт	Лек	Пр	СР	Конт роль	з.е.	Итого	Конт	Лек	Пр	СР	Конт роль	
Брендинг в системе маркетинга	Экзамен	3	108	40	50	18	3	108	40	16	24	50	18																						
Основы брендинга	Зачет	2	72	40	32		2	72	40	16	24	32																							
Визуальная идентификация бренда	Экзамен	2	72	32	22	18	2	72	32	16	16	22	18																						
Вербальная идентификация бренда	Зачет с оценкой	2	72	32	40		2	72	32	16	16	40																							
Практический курс проектирования потребительского бренда	Зачет с оценкой	1	36	24	12		1	36	24		24	12																							
Бренд-дизайн	Экзамен	3	108	48	33	27							3	108	48	16	32	33	27																
Бренд-стратегия	Экзамен	3	108	48	33	27							3	108	48	16	32	33	27																
Бренд-менеджмент	Экзамен	3	108	48	33	27							3	108	48	16	32	33	27																
Практический курс проектирования социального бренда	Зачет с оценкой	1	36	24	12								1	36	24		24	12																	
Психология в маркетинге	Зачет	2	72	24	48															2	72	24	8	16	48										
Инструменты бренд-стратегии	Зачет	2	72	32	40															2	72	32	16	16	40										
Маркетинговые коммуникации	Экзамен	2	72	34	20	18														2	72	34	18	16	20	18									
Практический курс проектирования ритейл-бренда	Зачет с оценкой	1	36	24	12															1	36	24		24	12										
Арт-дирекшн	Экзамен	2	72	40	14	18																				2	72	40	16	24	14	18			
Практический курс проектирования корпоративного бренда	Зачет с оценкой	2	72	24	48																					2	72	24		24	48				
Углубленный курс бренд-дизайна	Зачет (3 сем.) Экзамен (4 сем.)	5	180	136	26	18														2	72	48	16	32	24		3	108	88	32	56	2	18		
Итоговая аттестация	Экзамен	6	216		216																					6	216					216			
Итого:			42	1512	650	691	171	10	360	168	64	104	156	36	10	360	168	48	120	111	81	9	324	162	58	104	144	18	13	468	152	48	104	280	36

КАЛЕНДАРНЫЙ УЧЕБНЫЙ ГРАФИК
дополнительной профессиональной программы профессиональной переподготовки
«Бренд-дизайн»

Мес	Сентябрь					Октябрь			27 - 2		Ноябрь				Декабрь				29 - 4		Январь			26 - 1		Февраль			23 - 1		Март				30 - 5		Апрель			27 - 3		Май				Июнь				29 - 5		Июль			27 - 2		Август			
Числа	1 - 7	8 - 14	15 - 21	22 - 28	29 - 5	6 - 12	13 - 19	20 - 26	27 - 2	3 - 9	10 - 16	17 - 23	24 - 30	1 - 7	8 - 14	15 - 21	22 - 28	29 - 4	5 - 11	12 - 18	19 - 25	26 - 1	2 - 8	9 - 15	16 - 22	23 - 1	2 - 8	9 - 15	16 - 22	23 - 29	30 - 5	6 - 12	13 - 19	20 - 26	27 - 3	4 - 10	11 - 17	18 - 24	25 - 31	1 - 7	8 - 14	15 - 21	22 - 28	29 - 5	6 - 12	13 - 19	20 - 26	27 - 2	3 - 9	10 - 16	17 - 23	24 - 31								
Нед	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52								
I	=	=	=	=	=					*								*	*	*	*		Э	Э	К	*	*							*	*						Э	Э	К	К	К	К	К	К	К	К	К									
II	К	К	К	К	К					*								*	*	*	*		Э	Э	К	*	*							*	*						Э	Э	К	К	К	К	К	К	К	К	К									
III	К К ИА ИА ИА ИА	ИА	ИА	ИА	ИА ИА = = = =	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=									

Сводные данные

		Курс 1			Курс 2			Итого
		сем. 1	сем. 2	Всего	сем. 3	сем. 4	Всего	
	Теоретическое обучение	16 1/3	15 1/3	31 2/3	16 1/3	15 1/3	31 2/3	63 1/3
Э	Экзаменационные сессии	2	2	4	2	2	4	8
ИА	Итоговая аттестация					4	4	4
К	Каникулы	1 5/6	12 1/3	14 1/6	1 5/6	8 1/3	10 1/6	24 1/3
*	Нерабочие праздничные дни (не включая воскресенья)	1 3/6 (9 дн)	4/6 (4 дн)	2 1/6 (13 дн)	1 3/6 (9 дн)	4/6 (4 дн)	2 1/6 (13 дн)	4 2/6 (26 дн)
Итого		21 2/3	30 1/3	52	21 2/3	30 1/3	52	104

Информация о педагогических работниках дополнительного профессионального образования АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна» Дополнительная профессиональная программа профессиональной переподготовки «Бренд-дизайн»									
ФИО	Должность	Преподаваемые дисциплины	Ученая степень	Ученое звание	Направление подготовки/ специальности	Уровень образования	Квалификация	Повышение квалификации (ПК)/ переподготовка	Общий стаж работы / Стаж работы по специальности
Бронникова Евгения Михайловна	Доцент кафедры менеджмента и маркетинга	Бренд-менеджмент	Кандидат экономических наук	-	Менеджмент организации	Высшее. Специалитет.	Менеджер Преподаватель	2021 г.-Удостоверение о повышении квалификации по дополнительной профессиональной программе «Эксперт IBM SPSS Statistics»-192 ч. 2020 г.- Удостоверение о повышении квалификации №772411609218 по программе «Использование электронно-образовательной среды в учебном процессе» -72 часов. 2020 г. - Удостоверение о повышении квалификации №772407818241 по программе «Новые инновационные технологии в образовании»-16 ч. 2018 г.-Удостоверение о повышении квалификации №770400064798 по программе «Управление персоналом»-72 ч. 2018 г.-Удостоверение о повышении квалификации №770400064791 по программе « Стратегический и тактический менеджмент организации»-72 ч. 2018 г.- Удостоверение о повышении квалификации №7724704287496 по программе "Электронная информационно-образовательная среда образовательной организации высшего образования" -16 часов. 2018 г. – Удостоверение о повышении квалификации №772404287448 по программе «Организационно-методические основы обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья» - 16 ч. 2017г.- Диплом о профессиональной переподготовке №772405871848 по программе «Педагогическая деятельность в профессиональном образовании и дополнительном профессиональном образовании» - 1404 ч 2013 г.-Диплом о профессиональной переподготовке ПП №011723 от по программе «Управление	7 /7

								персоналом»- 520 часов. 2012 г.-Диплом о профессиональной переподготовке ПП №011664 по программе «Деловые коммуникации»-520 ч.	
Толкачев Андрей Николаевич	Доцент кафедры менеджмента и маркетинга	Основы брендинга	Кандидат Юридических наук	-	Социология.	Высшее. Специалитет.	Преподаватель социологии	2020 г.- Удостоверение о повышении квалификации №772411609255 по программе «Использование электронно-образовательной среды в учебном процессе» -72 часов. 2020 г. - Удостоверение о повышении квалификации №772407818222 по программе «Новые инновационные технологии в образовании»-16 ч. 2018 г.-Удостоверение о повышении квалификации №7724704287525 по программе "Электронная информационно-образовательная среда образовательной организации высшего образования" -16 часов. 2018 г. – Удостоверение о повышении квалификации №772404287467 по программе «Организационно- методические основы обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья» - 16 ч. 2016 г.- Диплом о профессиональной переподготовке №772402972798 по программе «Бренд-менеджмент»- 1512 ч. 2015 г – Удостоверение о ПК №78 по курсу «Директор по маркетингу и рекламе»- 352 ч 2013 г.- Свидетельство о ПК № 1548 по курсу «Маркетинг» -318 ч. 2013 г.-Диплом о профессиональной переподготовке ПП № 011701 по программе «Маркетинг»-528 ч.	23/19
Кожанов Андрей Сергеевич	Старший преподаватель кафедры дизайна	Потребительск ий курс проектировани я потребительск ого бренда Бренд-дизайн Практический курс проектировани я социального бренда Практический курс	Член Московского Союза художников	-	Культурно- просветитель ская Реклама	Высшее Специалитет	Организатор- методист культурно- воспитательно й работы Специалист по рекламе Преподаватель	2020 г.- Удостоверение о повышении квалификации №772411609234 по программе «Использование электронно- образовательной среды в учебном процессе» -72 часов. 2020 г. -Удостоверение о повышении квалификации №772407818248 по программе «Новые инновационные технологии в образовании»-16 ч. 2018 г.-Удостоверение о повышении квалификации №770400064783 по программе «Инновационные технологии в области графического дизайна»-36 ч. 2018 г.- Удостоверение о повышении квалификации №7724704287541 по программе «Электронная информационно-образовательная среда образовательной организации высшего образования» -16 часов. 2018 г.- Удостоверение о повышении квалификации	2 5 / 2 1

		проектировани я ритейл- бренда Арт-дирекшн Практический курс проектировани я корпоративног о бренда Углубленный курс бренд- дизайна						№77240428742 по программе «Организационно-методические основы обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья» -16 часов. 2018г.- Диплом о профессиональной переподготовке №772405871904 по программе «Педагогическая деятельность в профессиональном образовании и дополнительном профессиональном образовании» -1404 час 2012 г.-Диплом о профессиональной переподготовке ПП №011625 от по программе «Маркетинг»- 540 ч.	
Матюшкин Вадим Сергеевич	Доцент кафедры менеджмента и маркетинга	Брендинг в системе маркетинга Психология в маркетинге	Кандидат психологическ их наук	-	Бухгалтерски й учет, анализ и аудит	Высшее. Специалитет	Экономист Преподаватель	2018 г.-Удостоверение о повышении квалификации №770400064795 по программе «Современные технологии преподавания маркетинга, рекламы и PR»-72 ч. 2018 г.- Диплом о профессиональной переподготовке №772407818013 по программе «Бренд-менеджмент» -1512 ч 2018 г.- Удостоверение о повышении квалификации №7724704287511 по программе «Электронно информационно-образовательная среда образовательной организации высшего образования» -16 часов. 2018 г. – Удостоверение о повышении квалификации №772404287482 по программе «Организационно-методические основы обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья» - 16 ч. 2017г.- Диплом о профессиональной переподготовке №772405871861 по программе «Педагогическая деятельность в профессиональном образовании и дополнительном профессиональном образовании» -1404 ч 2009 г – Сертификат о ПК курс «Управление брендом» -74ч	2 1 / 2 1
Филин Виталий Юрьевич	Доцент кафедры менеджмента и маркетинга	Визуальная идентификация бренда Вербальная идентификация бренда Бренд- стратегия Инструменты бренд- стратегии	Кандидат психологическ их наук		Связи с общественно стью	Высшее Специалитет	Специалист по связям с общественност ью со знанием иностранного языка	2020 г.- Удостоверение о повышении квалификации №772411609258 по программе «Использование электронно-образовательной среды в учебном процессе» -72 часов. 020г.- Диплом о профессиональной переподготовке №772409881570 по программе «Педагогическая деятельность в профессиональном образовании и дополнительном профессиональном образовании» -1404 ч 2020 г. -Удостоверение о повышении квалификации №772407818220 по программе «Новые инновационные технологии в образовании»-16 ч. 2019 г. - Удостоверение о повышении квалификации №772407818197	5 / 5

		Маркетинговые коммуникации						по программе "Электронная информационно-образовательная среда образовательной организации высшего образования" -16 часов. 2019 г.- Удостоверение о повышении квалификации №772407818207 по программе "Организационно-методические основы обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья" -16 часов. 2013г.-Диплом о профессиональной переподготовке ПП № по программе «Маркетинг»-540 ч.	
--	--	----------------------------	--	--	--	--	--	--	--