

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
СТАВРОПОЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ**

УТВЕРЖДАЮ

Директор/Декан
института экономики, финансов и
управления в АПК
Гунько Юлия Александровна

«__» _____ 20__ г.

Рабочая программа дисциплины

Б1.О.03.02 Инновационный маркетинг и брендинг

38.04.02 Менеджмент

Цифровой маркетинг и управление продажами

магистр

очная

1. Цель дисциплины

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

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций ОП ВО и овладение следующими результатами обучения по дисциплине:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
ОПК-1 Способен решать профессиональные задачи на основе знания (на продвинутом уровне) экономической, организационной и управленческой теории, инновационных подходов, обобщения и критического анализа практик управления;	ОПК-1.2 Применяет инновационные подходы, основанные на достижениях экономической, организационной и управленческой теорий, для решения профессиональных задач	знает основные инновационные подходы, основанные на достижениях управленческой теории умеет применять для решения профессиональных задач основные инновационные подходы, основанные на достижениях управленческой теории владеет навыками навыками применения для решения профессиональных задач основных инновационных подходов, основанных на достижениях управленческой теории
ОПК-4 Способен руководить проектной и процессной деятельностью в организации с использованием современных практик управления, лидерских и коммуникативных навыков, выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать стратегии создания и развития инновационных направлений деятельности и соответствующие им бизнес-модели организаций	ОПК-4.2 Разрабатывает стратегические и тактические решения в области создания и развития инновационных направлений деятельности организации и соответствующие им бизнес-модели	знает основные приемы и методы разработки стратегические и тактические решения в области развития инновационного маркетинга и брендинга умеет уметь разрабатывать стратегические и тактические решения в области развития инновационного маркетинга и брендинга владеет навыками навыками разработки стратегические и тактические решения в области развития инновационного маркетинга и брендинга
ПК-2 Способен разрабатывать, внедрять и совершенствовать систему маркетинговых коммуникаций в организации	ПК-2.2 Разрабатывает технические задания и предложения по формированию фирменного стиля и рекламной продукции организации	знает основы разработки технических заданий и предложений по формированию фирменного стиля и рекламной продукции организации умеет разрабатывать технические задания и предложения по формированию фирменного стиля и рекламной продукции организации владеет навыками

		навыками разработки технических заданий и предложений по формированию фирменного стиля и рекламной продукции организации
--	--	--

3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Инновационный маркетинг и брендинг» является дисциплиной обязательной части программы.

Изучение дисциплины осуществляется в 2семестре(-ах).

Для освоения дисциплины «Инновационный маркетинг и брендинг» студенты используют знания, умения и навыки, сформированные в процессе изучения дисциплин:

Ознакомительная практика

Организация проектной деятельности

Маркетинговая аналитика

Бизнес-аналитика

Исследование поведения потребителей

Экономика и маркетинг отраслевых рынков

Модульный проект "Исследование внутренних и внешних факторов реализации проекта"

Коммерциализация результатов инновационной деятельности

Инфографика и презентация маркетинговых проектов

Управление проектами

Модульный проект "Управление проектной траекторией: от целеполагания к результату"

Освоение дисциплины «Инновационный маркетинг и брендинг» является необходимой основой для последующего изучения следующих дисциплин:

Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена

Практика по профилю профессиональной деятельности

Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы

Коммерция и управление продажами

Преддипломная практика

Управление бизнес-процессами

Технологическое предпринимательство

Модульный проект "Оценка MVP проекта"

Ценовая политика организации

Модульный проект "Программа дистрибуции проектных решений"

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

Общая трудоемкость дисциплины «Инновационный маркетинг и брендинг» в соответствии с рабочим учебным планом и ее распределение по видам работ представлены ниже.

Семестр	Трудоемкость час/з.е.	Контактная работа с преподавателем, час			Самостоятельная работа, час	Контроль, час	Форма промежуточной аттестации (форма контроля)
		лекции	практические занятия	лабораторные занятия			
2	144/4	10	16		82	36	Эк
в т.ч. часов: в интерактивной форме		4	4				

Семестр	Трудоемкость час/з.е.	Внеаудиторная контактная работа с преподавателем, час/чел					
		Курсовая работа	Курсовой проект	Зачет	Дифференцированный зачет	Консультации перед экзаменом	Экзамен
2	144/4						0.25

5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

№	Наименование раздела/темы	Семестр	Количество часов					Формы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации	Оценочное средство проверки результатов достижения индикаторов компетенций	Код индикаторов достижения компетенций
			всего	Лекции	Семинарские занятия		Самостоятельная работа			
					Практические	Лабораторные				
1.	1 раздел.									
1.1.	Введение в инновационный маркетинг	2	4	2	2		16			
1.2.	Инструменты инновационного маркетинга	2	6	2	4		16			
1.3.	Стратегия продвижения и каналы коммуникаций	2	6	2	4		16			
1.4.	Основы брендинга	2	6	2	4		16			
1.5.	Разработка фирменного стиля	2	4	2	2		18			
	Промежуточная аттестация		Эк							
	Итого		144	10	16		82			
	Итого		144	10	16		82			

5.1. Лекционный курс с указанием видов интерактивной формы проведения занятий

Тема лекции (и/или наименование раздел) (вид интерактивной формы проведения занятий)/ (практическая подготовка)	Содержание темы (и/или раздела)	Всего, часов / часов интерактивных занятий/ практическая подготовка
Введение в инновационный маркетинг		2/-
Инструменты инновационного маркетинга		2/2
Стратегия продвижения и каналы коммуникаций		2/-
Основы брендинга		2/2
Разработка фирменного стиля		2/-
Итого		10

5.2.1. Семинарские (практические) занятия с указанием видов проведения занятий в интерактивной форме

Наименование раздела дисциплины	Формы проведения и темы занятий (вид интерактивной формы проведения занятий)/(практическая подготовка)	Всего, часов / часов интерактивных занятий/ практическая подготовка	
		вид	часы
Введение в инновационный маркетинг		Пр	2/-/-
Инструменты инновационного маркетинга		Пр	4/4/-
Стратегия продвижения и каналы коммуникаций		Пр	4/-/-
Основы брендинга		Пр	4/-/-
Разработка фирменного стиля		Пр	2/-/-
Итого			

5.3. Курсовой проект (работа) учебным планом не предусмотрен

5.4. Самостоятельная работа обучающегося

Темы и/или виды самостоятельной работы	Часы
	16
	16
	16
	16

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

Учебно-методическое обеспечение для самостоятельной работы обучающегося по дисциплине «Инновационный маркетинг и брендинг» размещено в электронной информационно-образовательной среде Университета и доступно для обучающегося через его личный кабинет на сайте Университета. Учебно-методическое обеспечение включает:

1. Рабочую программу дисциплины «Инновационный маркетинг и брендинг».
2. Методические рекомендации для организации самостоятельной работы обучающегося по дисциплине «Инновационный маркетинг и брендинг».
3. Методические рекомендации по выполнению письменных работ () (при наличии).
4. Методические рекомендации по выполнению контрольной работы студентами заочной формы обучения (при наличии)
5. Методические указания по выполнению курсовой работы (проекта) (при наличии).

Для успешного освоения дисциплины, необходимо самостоятельно детально изучить представленные темы по рекомендуемым источникам информации:

№ п/п	Темы для самостоятельного изучения	Рекомендуемые источники информации (№ источника)		
		основная (из п.8 РПД)	дополнительная (из п.8 РПД)	метод. лит. (из п.8 РПД)
1	Введение в инновационный маркетинг.	Л1.2, Л1.4	Л2.1, Л2.2, Л2.3	Л3.1, Л3.2, Л3.3
2	Инструменты инновационного маркетинга.	Л1.2, Л1.4	Л2.1, Л2.2, Л2.3	Л3.1, Л3.2, Л3.3
3	Стратегия продвижения и каналы коммуникаций.	Л1.2, Л1.4	Л2.1, Л2.2, Л2.3	Л3.1, Л3.2, Л3.3
4	Основы брендинга.	Л1.2, Л1.4	Л2.1, Л2.2, Л2.3	Л3.1, Л3.2, Л3.3
5	Разработка фирменного стиля.	Л1.2, Л1.4	Л2.1, Л2.2, Л2.3	Л3.1, Л3.2, Л3.3

7. Фонд оценочных средств (оценочных материалов) для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине «Инновационный маркетинг и брендинг»

7.1. Перечень индикаторов компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Индикатор компетенции (код и содержание)	Дисциплины/элементы программы (практики, ГИА), участвующие в формировании индикатора компетенции	1		2	
		1	2	3	4
ОПК-1.2: Применяет инновационные подходы, основанные на достижениях экономической, организационной и управленческой теорий, для решения профессиональных задач	Проектно-технологическая практика		x		
	Цифровой маркетинг		x		
ОПК-4.2: Разрабатывает стратегические и тактические решения в области создания и развития инновационных направлений деятельности организации и	Коммерциализация результатов инновационной деятельности	x			
	Модульный проект "Комплексная программа продвижения в online пространстве"		x		

Индикатор компетенции (код и содержание)	Дисциплины/элементы программы (практики, ГИА), участвующие в формировании индикатора компетенции	1		2	
		1	2	3	4
соответствующие им бизнес-модели	Модульный проект "Управление проектной траекторией: от целеполагания к результату"	x			
	Организация проектной деятельности	x			
	Преддипломная практика				x
	Цифровой маркетинг		x		
ПК-2.2:Разрабатывает технические задания и предложения по формированию фирменного стиля и рекламной продукции организации	IT в профессиональной деятельности		x		
	Графический дизайн и web-технологии		x		
	Инфографика и презентация маркетинговых проектов	x			
	Модульный проект "Комплексная программа продвижения в online пространстве"		x		
	Модульный проект "Оценка применения сервисов и ПО в процессе продвижения маркетинговых проектов"		x		
	Модульный проект "Управление проектной траекторией: от целеполагания к результату"	x			
	Организация проектной деятельности	x			
	Преддипломная практика				x
	Проектно-технологическая практика		x		
	Цифровой маркетинг		x		

7.2. Критерии и шкалы оценивания уровня усвоения индикатора компетенций, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности

Оценка знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций по дисциплине «Инновационный маркетинг и брендинг» проводится в форме текущего контроля и промежуточной аттестации.

Текущий контроль проводится в течение семестра с целью определения уровня усвоения обучающимися знаний, формирования умений и навыков, своевременного выявления преподавателем недостатков в подготовке обучающихся и принятия необходимых мер по её корректировке, а также для совершенствования методики обучения, организации учебной работы и оказания индивидуальной помощи обучающемуся.

Промежуточная аттестация по дисциплине «Инновационный маркетинг и брендинг» проводится в виде Экзамен.

За знания, умения и навыки, приобретенные студентами в период их обучения, выставляются оценки «ЗАЧТЕНО», «НЕ ЗАЧТЕНО». (или «ОТЛИЧНО», «ХОРОШО», «УДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО», «НЕУДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО» для дифференцированного зачета/экзамена)

Для оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности в университете применяется балльно-рейтинговая система оценки качества освоения образовательной программы. Оценка проводится при проведении текущего контроля успеваемости и промежуточных аттестаций обучающихся. Рейтинговая оценка знаний является интегрированным показателем качества

теоретиче-ских и практических знаний и навыков студентов по дисциплине.

Состав балльно-рейтинговой оценки студентов очной формы обучения

Для студентов очной формы обучения знания по осваиваемым компетенциям формируются на лекционных и практических занятиях, а также в процессе самостоятельной подготовки.

В соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки, принятой в Университете студентам начисляются баллы по следующим видам работ:

№ контрольной точки	Оценочное средство результатов индикаторов достижения компетенций	Максимальное количество баллов
---------------------	---	--------------------------------

Критерии и шкалы оценивания результатов обучения на промежуточной аттестации

При проведении итоговой аттестации «зачет» («дифференцированный зачет», «экзамен») преподавателю с согласия студента разрешается выставлять оценки («отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «зачет») по результатам набранных баллов в ходе текущего контроля успеваемости в семестре по выше приведенной шкале.

В случае отказа – студент сдает зачет (дифференцированный зачет, экзамен) по приведенным выше вопросам и заданиям. Итоговая успеваемость (зачет, дифференцированный зачет, экзамен) не может оцениваться ниже суммы баллов, которую студент набрал по итогам текущей и промежуточной успеваемости.

При сдаче (зачета, дифференцированного зачета, экзамена) к заработанным в течение семестра студентом баллам прибавляются баллы, полученные на (зачете, дифференцированном зачете, экзамене) и сумма баллов переводится в оценку.

Критерии и шкалы оценивания ответа на экзамене

Сдача экзамена может добавить к текущей балльно-рейтинговой оценке студентов не более 20 баллов:

Содержание билета	Количество баллов
Теоретический вопрос №1	до 7
Теоретический вопрос №2	до 7
Задача (оценка умений и	до 6
Итого	20

Критерии оценки ответа на экзамене

Теоретические вопросы (вопрос 1, вопрос 2)

7 баллов выставляется студенту, полностью освоившему материал дисциплины или курса в соответствии с учебной программой, включая вопросы рассматриваемые в рекомендованной программой дополнительной справочно-нормативной и научно-технической литературы, свободно владеющему основными понятиями дисциплины. Требуется полное понимание и четкость изложения ответов по экзаменационному заданию (билету) и дополнительным вопросам, заданных экзаменатором. Дополнительные вопросы, как правило, должны относиться к материалу дисциплины или курса, не отраженному в основном экзаменационном задании (билете) и выявляют полноту знаний студента по дисциплине.

5 балла заслуживает студент, ответивший полностью и без ошибок на вопросы экзаменационного задания и показавший знания основных понятий дисциплины в соответствии с обязательной программой курса и рекомендованной основной литературой.

3 балла дан недостаточно полный и недостаточно развернутый ответ. Логика и последовательность изложения имеют нарушения. Допущены ошибки в раскрытии понятий, употреблении терминов. Студент не способен самостоятельно выделить существенные и несущественные признаки и причинно-следственные связи. Студент может конкретизировать обобщенные знания, доказав на примерах их основные положения только с помощью преподавателя. Речевое оформление требует поправок, коррекции.

2 балла дан неполный ответ, представляющий собой разрозненные знания по теме вопроса с существенными ошибками в определениях. Присутствуют фрагментарность, нелогичность

изложения. Студент не осознает связь данного понятия, теории, явления с другими объектами дисциплины. Отсутствуют выводы, конкретизация и доказательность изложения. Речь неграмотная. Дополнительные и уточняющие вопросы преподавателя не приводят к коррекции ответа студента не только на поставленный вопрос, но и на другие вопросы дисциплины.

1 балл дан неполный ответ, представляющий собой разрозненные знания по теме вопроса с существенными ошибками в определениях. Присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения. Студент не осознает связь данного понятия, теории, явления с другими объектами дисциплины. Отсутствуют выводы, конкретизация и доказательность изложения. Речь неграмотная. Дополнительные и уточняющие вопросы преподавателя не приводят к коррекции ответа студента не только на поставленный вопрос, но и на другие вопросы дисциплины.

0 баллов - при полном отсутствии ответа, имеющего отношение к вопросу.

Оценивание задачи

6 баллов Задачи решены в полном объеме с соблюдением необходимой последовательности.

5 баллов Задачи решены с небольшими недочетами.

4 балла Задачи решены с небольшими недочетами.

3 балла Задачи решены не полностью, но объем выполненной части таков, что позволяет получить правильные результаты и выводы.

2 балла Задачи решены не полностью, но объем выполненной части таков, что позволяет получить правильные результаты и выводы.

1 баллов Задачи решены частично, с большим количеством вычислительных ошибок, объем выполненной части работы не позволяет сделать правильных выводов.

0 баллов Задачи не решены или работа выполнена не полностью, и объем выполненной части работы не позволяет сделать правильных выводов.

Перевод рейтинговых баллов в пятибалльную систему оценки знаний обучающихся: для экзамена:

- «отлично» – от 89 до 100 баллов – 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;

- «хорошо» – от 77 до 88 баллов – теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов, 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» – от 65 до 76 баллов – теоретическое содержание курса 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, возможно, содержат ошибки;

- «неудовлетворительно» – от 0 до 64 баллов - теоретическое содержание курса не освоено, необходимые практические навыки работы не сформированы, выполненные учебные задания содержат грубые ошибки, дополнительная самостоятельная работа над материалом курса не приведет к существенному повышению качества выполнения учебных заданий

7.3. Примерные оценочные материалы для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины «Инновационный маркетинг и брендинг»

8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

а) Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

основная

Л1.1 Ахмаева Л. Г., Долгополов Д. В., Еремеева А. И. Маркетинг в цифровой среде [Электронный ресурс]:учеб. пособие; ВО - Бакалавриат. - Москва: Русайнс, 2025. - 120 с. – Режим доступа: <https://book.ru/book/957460>

Л1.2 Петухова А. С. ИИ-маркетинг [Электронный ресурс]:учеб. пособие; ВО - Специалитет. - Москва: Русайнс, 2025. - 150 с. – Режим доступа: <https://book.ru/book/957636>

Л1.3 Ахмаева Л. Г., Долгополов Д. В., Еремеева А. И. Маркетинг в цифровой среде [Электронный ресурс]:учеб. пособие; ВО - Бакалавриат. - Москва: Русайнс, 2025. - 120 с. – Режим доступа: <https://book.ru/book/957460>

Л1.4 Куликов М. М., Комиссарова М. А., Шабельникова В. В., Погорелова Л. А. Цифровой маркетинг [Электронный ресурс]:учебник для СПО. - Москва: Русайнс, 2025. - 210 с. – Режим доступа: <https://book.ru/book/961513>

Л1.5 Азарян Е. М., Мелентьева О. В., Княжевский И. И. Маркетинг в социальных сетях [Электронный ресурс]:учеб. пособие; ВО - Магистратура. - Донецк: ДонНУЭТ имени Туган-Барановского, 2025. - 164 с. – Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/512824>

дополнительная

Л2.1 Твердохлебова М. Д. Интернет-маркетинг [Электронный ресурс]:учебник ; ВО - Бакалавриат. - Москва: КноРус, 2023. - 190 с. – Режим доступа: <https://book.ru/book/949723>

Л2.2 Шевченко Д. А. Основы современного маркетинга [Электронный ресурс]:учебник; ВО - Бакалавриат, Магистратура. - Москва: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2023. - 613 с. – Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/document?id=431705>

Л2.3 Кметь Е. Б., Юрченко Н. А. Цифровой маркетинг [Электронный ресурс]:учебник; ВО - Бакалавриат, Магистратура. - Санкт-Петербург: Лань, 2023. - 128 с. – Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/345998>

б) Методические материалы, разработанные преподавателями кафедры по дисциплине, в соответствии с профилем ОП.

Л3.1 Никулина Н. Н., Березина С. В., Борочкин А. А., Квашнин С. С., Стожарова Т. В., Суходоева Л. Ф., Суходоев Д. В., Шашкина М. Е., Фетисов В. Д., Фетисова Т. В., Верещагина Ю. Н., Никулина Н. Н. Инновационные технологии в маркетинге [Электронный ресурс]:учебник ; ВО - Бакалавриат. - Москва: Русайнс, 2024. - 426 с. – Режим доступа: <https://book.ru/book/953785>

Л3.2 Симонян Т. В., Цветкова С. Н., Магомедов М. Г., Медведева Ю. Ю., Кольган М. В., Лисицын В. Г., Олейникова Ю. А., Щерба Л. М., Сорокина Ю. В., Симонян Т. В., Сорокина Ю. В. Современный маркетинг [Электронный ресурс]:учебник ; ВО - Бакалавриат, Магистратура. - Москва: КноРус, 2024. - 318 с. – Режим доступа: <https://book.ru/book/954138>

Л3.3 Загулова Д. В., Гончарова О. В., Грибок Н. Н., Иванова Ю.О., Поздняков К.К., Попова Е.Г., Григорьева В.В., Аверин А.В., Волкова С.Э., Лещенко О.В., Узденова К.А., Будич Д.О., Загулова Д.В., Аверин А.В. Цифровой маркетинг [Электронный ресурс]:учебник ; ВО - Бакалавриат. - Москва: КноРус, 2024. - 485 с. – Режим доступа: <https://book.ru/book/951960>

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

№	Наименование ресурса сети «Интернет»	Электронный адрес ресурса
1		

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства и информационных справочных систем (при необходимости).

11.1 Перечень лицензионного программного обеспечения

1. -

При осуществлении образовательного процесса студентами и преподавателем используются следующие информационно справочные системы: СПС «Консультант плюс», СПС «Гарант».

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

№ п/п	Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Номер аудитории	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы
1	Учебная аудитория для проведения занятий всех типов (в т.ч. лекционного, семинарского, практической подготовки обучающихся), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации		
2	Помещение для самостоятельной работы обучающихся, подтверждающее наличие материально-технического обеспечения, с перечнем основного оборудования		

13. Особенности реализации дисциплины лиц с ограниченными возможностями здоровья

Обучающимся с ограниченными возможностями здоровья предоставляются специальные учебники и учебные пособия, иная учебная литература, специальные технические средства обучения коллективного и индивидуального пользования, предоставление услуг ассистента (помощника), оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь, а также услуги сурдопереводчиков и тифлосурдопереводчиков.

а) для слабовидящих:

- на промежуточной аттестации присутствует ассистент, оказывающий студенту необходимую техническую помощь с учетом индивидуальных особенностей (он помогает занять рабочее место, передвигаться, прочесть и оформить задание, в том числе записывая под диктовку);

- задания для выполнения, а также инструкция о порядке проведения промежуточной аттестации оформляются увеличенным шрифтом;

- задания для выполнения на промежуточной аттестации зачитываются ассистентом;

- письменные задания выполняются на бумаге, надиктовываются ассистенту;

- обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс;

- студенту для выполнения задания при необходимости предоставляется увеличивающее устройство;

в) для глухих и слабослышащих:

- на промежуточной аттестации присутствует ассистент, оказывающий студенту необходимую техническую помощь с учетом индивидуальных особенностей (он помогает занять рабочее место, передвигаться, прочесть и оформить задание, в том числе записывая под диктовку);

- промежуточная аттестация проводится в письменной форме;

- обеспечивается наличие звукоусиливающей аппаратуры коллективного пользования, при необходимости поступающим предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;

- по желанию студента промежуточная аттестация может проводиться в письменной форме;

д) для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата (тяжелыми нарушениями двигательных функций верхних конечностей или отсутствием верхних конечностей):

- письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением или надиктовываются ассистенту;

- по желанию студента промежуточная аттестация проводится в устной форме.

Рабочая программа дисциплины «Инновационный маркетинг и брендинг» составлена на основе Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования - магистратура по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент (приказ Минобрнауки России от 12.08.2020 г. № 952).

Автор (ы)

_____ доц. КАиМ, кэн Антонова Ирина Юрьевна

Рецензенты

Рабочая программа дисциплины «Инновационный маркетинг и брендинг» рассмотрена на заседании Кафедра агроэкономики и маркетинга протокол № 18 от 25.03.2025 г. и признана соответствующей требованиям ФГОС ВО и учебного плана по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент

Заведующий кафедрой _____ Агаларова Екатерина Григорьевна

Рабочая программа дисциплины «Инновационный маркетинг и брендинг» рассмотрена на заседании учебно-методической комиссии Институт экономики, финансов и управления в АПК протокол № 8 от 25.03.2026 г. и признана соответствующей требованиям ФГОС ВО и учебного плана по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент

Руководитель ОП _____