

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТ

Автор: к.э.н. О.В. Рыкалина

Код и наименование направления подготовки, профиля:

38.04.02 Менеджмент, «Маркетинговое управление»

Квалификация (степень) выпускника:

Магистр

Цель освоения дисциплины:

Сформировать способность выявлять основные направления стратегического развития брендов компании.

План курса:

Тема 1. Бренд, брендинг, брендменеджмент.

Понятие и сущность бренда. Стратегическое значение брендинга. Характеристики сильного бренда. Бренды и другие знаки качества. Создание бренда: от товара к ценностям и наоборот.

Тема 2. Подготовительный этап брендинга.

Проведение подготовительных маркетинговых исследований. Источники информации. Формальные и неформальные методы исследования. Конъюнктурный анализ. Анализ конкурентов. Анализ целевых аудиторий.

Тема 3. Технологии проектирования бренда.

Содержательные признаки бренда: марочный контракт, ценности и индивидуальность. История, миссия и философия бренда. Формальные признаки бренда. Наименование бренда. Основные элементы фирменного стиля.

Тема 4. Коммуникационная кампания бренда.

Реклама; Медиа-рейтинз; Спонсорство; Клубы и сообщества потребителей; Экскурсии на заводы; Участие в выставках; Маркетинг событий; Создание собственных сооружений; Благотворительный маркетинг; Высокая ценность за деньги; Видный основатель или знаменитость; «Мобильный» маркетинг. Концепция интегрированных коммуникаций. Коммуникационная кампания бренда: оборонительная; наступательная; фланговая; партизанская.

Тема 5. Брендменеджмент.

Ключевые принципы конкурентоспособного брендинга. Лицензирование.

Тема 6. Оценка эффективности брендинга, программы поддержания лояльности и проблемы брендинга в условиях глобализации.

Финансовая оценка и учет брендов. Финансовый капитал бренда. Методов оценки бренда. Этапов оценки бренда. Причины глобализации бренда. Выгоды глобального имиджа. Барьеры для глобализации.

Формы текущего контроля и промежуточной аттестации:

В ходе реализации дисциплины «Бренд-менеджмент» используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

Тема	Методы текущего контроля успеваемости
Бренд, брендинг, бренд-менеджмент.	Опрос
Подготовительный этап брендинга.	Опрос

Технологии проектирования бренда.	Эссе
Коммуникационная кампания бренда.	Эссе
Брендменеджмент.	Диспут
Оценка эффективности брендинга, программы поддержания лояльности и проблемы брендинга в условиях глобализации.	Реферат

Зачет проводится с применением следующих методов (средств): зачет в виде устного опроса с разбором типовых ситуаций.

Основная литература:

1. Грошев И.В. Системный бренд-менеджмент [Электронный ресурс]: учебник/ Грошев И.В., Краснослободцев А.А. - Электрон. текстовые данные. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. - 656 с. - Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/10509>
2. Чернатони Лесли. Брендинг. Как создать мощный бренд [Электронный ресурс]: учебник/ Чернатони Лесли, МакДональд Малькольм. - Электрон. текстовые данные. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. - 558 с. - Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/10493>