

# 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-рейтинги; 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>