

# АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

## Б1.В.ДВ.01.18.08 Бренд-менеджмент

### **Автор:**

Заведующий кафедрой интегрированных коммуникаций, к.э.н. М.В. Захарова

### **Код и наименование направления подготовки, профиля:**

41.03.06 Публичная политика и социальные науки

«Публичная политика и государственные стратегии» (Liberal Arts)

### **Квалификация (степень) выпускника: бакалавр**

### **Форма обучения: очная**

**Цель освоения дисциплины:** способность участвовать в разработке, планировании и реализации маркетинговых кампаний с использованием актуальных инструментов продвижения

### **План курса:**

#### Тема 1. Особенности брендинга в различных сферах

История зарождения брендинга. Причины возникновения бренда. Преимущества использования брендов. Особенности российских и зарубежных брендов. Существующие понятия бренда. Функции бренда. Бренд и товар. Технологии и приемы потребительского брендинга на примере крупнейших мировых компаний. Основные отличительные черты промышленного брендинга. Особенности брендинга крупных промышленных и технологических корпораций. Приемы брендинга в B2B секторе. Территориальный брендинг: национальный, региональный и городской.

#### Тема 2. Управление брендом

Различия между брендом и торговой маркой. Классификация торговых марок. Бренд и товарный знак. Понятие жизненного цикла бренда. Особенности управления брендом на различных этапах его жизненного цикла. Организационные аспекты управления брендом.

#### Тема 3. Стратегия развития бренда

Цель стратегии развития бренда. Три составляющих эффективной стратегии бренда. Интегрированный бренд. Внутренняя и внешняя составляющие стратегии бренда, бенчмаркинг.

#### Тема 4. Управление портфелем брендов

Структура портфеля брендов. Концепции управления брендами. Коммуникационное управление брендом. Модели марочных стратегий. Стратегия управления активами торговой марки. Управление брендом в соответствии комплексом маркетинга. Анализ стратегических возможностей брендов. Стратегическое развитие портфеля брендов. Управление портфелем брендов.

## Тема 5. Оценка стоимости бренда

Бренды как нематериальные активы компании, способствующие ее капитализации и увеличению стоимости. Стоимость инвестиций в брендинг. Методы оценки стоимости бренда компании Interbrand. Оценка стоимости крупнейших мировых брендов. Критериальная оценка брендов. Система метрик капитала бренда.

## Тема 6. Разработка бренда

Процесс разработки бренда: основные этапы и задачи. Суть бренда, платформа бренда, миссия и ценности. Визуальные элементы бренда и брендбук. Позиционирование

### **Формы текущего контроля и промежуточной аттестации:**

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

при проведении занятий семинарского типа:

- опрос (О);
- диспут (Д);
- практические задания (ПЗ).

при контроле результатов самостоятельной работы студентов:

- домашнее задание (ДЗ);
- творческий проект (ТП).

### **Форма и средства (методы) проведения промежуточной аттестации**

Промежуточная аттестация проводится в виде экзамена в форме устного ответа на два вопроса.

### **Основная литература:**

1. Грошев И. В. Системный бренд-менеджмент: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям менеджмента и маркетинга / И. В. Грошев, А. А. Краснослободцев. — Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 655 с. — ISBN 978-5-238-02203-1. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/71225.html>

2. Чернатони Лесли Бренддинг. Как создать мощный бренд: учебник / Лесли Чернатони, Малькольм МакДональд. — Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. — 558 с. — ISBN 5-238-00894-5. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/10493.html>

3. Чумиков А. Н. Реклама и связи с общественностью. Имидж, репутация, бренд (2-е издание): учебное пособие для студентов вузов / А. Н. Чумиков. — Москва: Аспект Пресс, 2016. — 160 с. — ISBN 978-5-7567-0819-6. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/57080.html>

Шарков Ф. И. Константы гудвилла: стиль, паблисити, репутация, имидж и бренд фирмы: учебное пособие / Ф. И. Шарков. — 4-е изд. — Москва: Дашков и К, 2019. — 272 с. — ISBN 978-5-394-03152-6. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/85162.html>

