

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.01.25.07 «Стратегический бренд-менеджмент (Strategic brand management)»

**Автор – составитель:**

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

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

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

«Управление социальными коммуникациями» (Liberal Arts)

**Квалификация (степень) выпускника:** бакалавр

**Форма обучения:** очная

**Цель освоения дисциплины:** формирование способности участвовать в разработке и планировании коммуникационных кампаний на международных рынках с использованием актуальных инструментов продвижения

**План курса:**

<b>Theme 1. Features of branding in various areas</b> History of the origin of branding. Reasons for the brand and their advantages in contemporary organisations.
<b>Theme 2. Brand development process</b> Brand development process: the main stages and tasks. The essence of the brand, brand platform, mission and values. Archetypes. Visual elements of the brand and the brand book. Positioning and repositioning.
<b>Theme 3. Brand Equity Model</b> Gain insight into the brand equity concept as well as conceptualising various brand equity models as strategic asset of the organisation. How brand equity is an interlinked function of brand awareness, brand performance, brand image, brand judgement, brand feeling and brand resonance will be explored.
<b>Theme 4. Brand management</b> Differences between brand and trademark. Concept of the brand life cycle and the features of brand management within a brand portfolio.
<b>Theme 5. Measuring Brand Value</b> Linking brand equity with brand valuation, determining market value of a brand. Brands as intangible assets of a company that contribute to its capitalization and increase its value. The cost of investing in branding. Methods for evaluating Brand Value. Valuation of the world's largest brands. Criteria for evaluating brands.
<b>Theme 6. Global Brand Management</b> This explores how the homogenisation of national consumption dispositions resulted in global consumer base and difference between global and national brand management. The influence of national cultures in global branding strategies as well as the role of language and semiotics in global brand marketing.
<b>Theme 7. Brand Management in a Digital environment</b> How the digital challenge to luxury's exclusivity and accessibility, how luxury brands integrate digital and offline stories. Also how mass market determine strategies for managing online brand engagement, co-creation and brand communities. The challenges associated with tracking online ads, offline sales and engagement are also discussed. How branding will take shape in future are also explored.

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

В ходе реализации дисциплины Б1.В.ДВ.01.25.07 «Стратегический бренд-менеджмент (Strategic brand management)» используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся: Group presentation

Промежуточная аттестация проводится в следующей форме: Individual presentation and reflective report 3,000 words

### **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 Брендинг. 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>
4. 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>