

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Шебзухова Татьяна Александровна

Должность: Доктор Пятигорского института (филиал) Северного Кавказского

федерального университета

Дата подписания: 11.06.2024 12:02:14

Уникальный программный ключ:

d74ce93cd40651273c3ba2f58486412a1c8e196f

Аннотация дисциплины

Наименование дисциплины (модуля)	Брендинг: теория и практика
Краткое содержание	Основные подходы к определению понятия брендинга. Основные модели брендинга и их характеристика. Коммерческие бренды. Понятие, виды и методы маркетинговых исследований. Маркетинговые исследования бренда. Маркетинговые исследования имиджа бренда. Психографическое и поведенческое сегментирование потребителей в брендинге. Позиционирование бренда на рынке. Способы корректировки существующего бренда. Ребрендинг. Идентичность бренда. Атрибуты бренда и их основные характеристики. Бренд-нейм как идентификатор бренда. История разработки идентификаторов глобальных брендов XX в. Трудности перевода. Слоган и этапы его разработки. Логотип и основные требования к его созданию. Шрифт и цвет как атрибуты бренда. Правовые основы бренда. Понятие «архитектура бренда». Каннибализм в портфеле брендов компании. Управление лояльностью к бренду. Антилояльность: понятие, уровни и способы управления ею. Интегрированный брендинг. Марочный капитал. Способы оценки бренда. Продвижение брендов и управление ими в условиях глобализации. Международный брендинг транснациональных компаний. Брендинг в современной России. Частная марка как бренд в современной России.
Результаты освоения дисциплины (модуля)	Владеет навыками использования информационных ресурсов при создании коммуникационного продукта. Организует, руководит командной работой и принимает управленческие решения в рамках проекта на всех этапах его жизненного цикла.
Трудоемкость, з.е.	4
Форма отчетности	Зачет с оценкой
Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины	
Основная литература	1. Терентьев, Ю. В. Проектирование брендинговых кампаний : учебное пособие / Ю. В. Терентьев. — Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2020. — 103 с. — ISBN 978-5-7937-1908-7. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/118411.html . — Режим доступа: для авторизир. пользователей. - DOI: https://doi.org/10.23682/118411 2. Баранова, С. А. Основы брендинга : учебное пособие / С. А. Баранова. — Сочи : СГУ, 2018. — 98 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/147813 . — Режим доступа: для авториз. пользователей.
Дополнительная литература	1. Хамаганова, К. В. Стратегический брендинг : учебное пособие / К. В. Хамаганова. — Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2017. — 60 с. — ISBN 978-5-7937-1446-4. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/102680.html . — Режим доступа: для авторизир. пользователей. - DOI: https://doi.org/10.23682/102680