Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Садыкова Алёна Григорьевна
Должность: Директор Высшей школы креативных индустрий
Дата подписания: 19.06.2024 10:58:16
Уникальный программный ключ:
d72783635b7f7a072e79a740e849dcb1abc6ab7a

Аннотация к рабочей программе дисциплины

Наименование дисциплины (модуля)	**Брендинг: теория и практика**
Содержание дисциплины (модуля)	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 кампании. 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
Формы отчетности	Зачет с оценкой в 5 семестре
Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины	
Основная литература	1. Годин, А.М. Брендинг : учебное пособие / А.М. Годин. - 4-е изд. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 184 с. : ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-02629-4 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453899 2. Тульчинский, Г. Л. Бренд-менеджмент. Брендинг и работа с персоналом : учебное пособие для бакалавриата и магистратуры / Г. Л. Тульчинский, В. И. Терентьева. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва : Юрайт, 2018. – 336 с. : ил., портр. – (Авторский учебник). – Библиогр.: с. 333-334 и в подстроч. примеч. – ISBN 978-5-534-05503-0
Дополнительная	1. Макашев, М.О. Бренд : учебное пособие / М.О. Макашев. -

литература	Москва :Юнити-Дана, 2015. - 207 с. - Библиогр.: с. 201-202. - ISBN 5-238-00635-7 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114390 2. Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг / Ф.И. Шарков. – Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. – 324 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453044 (дата обращения: 04.10.2019). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-00792-7.

.