

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:

Аннотация дисциплины

ФИО: Садыкова Алёна Григорьевна

Должность: Директор Высшей школы креативных индустрий

Дата подписания: 03.06.2024 10:56:27

Юридический программный код

77283535175872e79746a848d1e1c7a

содержание

Бренд-менеджмент и event-маркетинг

Краткое

История возникновения бренда. Бренд и торговая марка: понятие и сравнительная характеристика. Классификация брендов. Преимущества брендов. Эволюция бренд-менеджмента. Сущность и содержание бренд-менеджмента. Принципы бренд-менеджмента. Организационные формы бренд-менеджмента. Современные тенденции развития бренд-менеджмента. Сущность стратегического бренд-менеджмента. Мотивационный анализ и сегментирование потребителей. Создание бренда. Позиционирование бренда. Ребрендинг. Подходы к управлению брендами. Стратегическое развитие портфеля брендов. Структура портфеля брендов: создание архитектуры брендов. Анализ стратегических возможностей брендов. Интегрированные бренд-коммуникации. Коммуникационные технологии в создании имиджа бренда. Развитие программ лояльности. Туристический брендинг стран как инструмент привлечения туристов, идентификация стран в современных коммуникациях. Работа с рациональными и иррациональными (эмоциональными) каналами коммуникаций в туристическом брендинге. Местные достопримечательности. Городской, экологический, пляжный, событийный туризм. Методология брендинга территорий, вовлечение жителей территории и формирование лояльности населения к бренду. Народные конкурсы, проблема экспертной оценки результатов конкурсов в России. Инструменты и этапы разработки и механизмы внедрения бренда в городскую среду и коммуникации. Мероприятия для спонсоров и партнеров. Мероприятие под реализацию одного товара. Система мероприятий для продвижения места. Система событий для продажи услуг. Синергия всех видов событий. Ошибки начинающих организаторов. Идея для вашего мероприятия. Инструменты для командной работы. Юридические тонкости. Бюджетирование события. Определение целевой аудитории. Разработка сайта и других каналов продвижения. Кофе-брейки и питание на мероприятиях. Постпродакшн мероприятий. Маркетинговые и дизайн-инструменты продвижения территории, рекламные кампании в СМИ. Дополнительные идентификаторы территорий: знаки для национальных и региональных товаров. Спортивные и культурные события и мероприятия. Государственный и территориальный брендинг

Результаты освоения дисциплины

Владея экономическими категориями в области бренд-менеджмента и event-маркетинга, осуществляет поиск, анализ и синтез информации для разработки бренда субъектов туристской индустрии, управляет развитием организации, осуществляет анализ и разработку ее конкурентной стратегии.
Владея знаниями в области бренд-менеджмента и event-маркетинга, осуществляет направления деятельности, позволяющие увеличить объем продаж туристского предприятия. Разрабатывает процесс обслуживания потребителей, обеспечивая их безопасность, оптимизируя использование ресурсов и технических средств.

Трудоемкость, з.е.

3

Форма отчетности

Зачет

Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины

Основная литература

1. Королева, О. В. Брендинг туристских территорий : учебное пособие для вузов / О. В. Королева, Е. С. Милинчук. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 273 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15348-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/544706>.
2. Пономарёва, Е. А. Бренд-менеджмент : учебник и практикум для вузов / Е. А. Пономарёва. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 341 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9046-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/536537>

Дополнительна

1. Красовская, Н. В. Событийный маркетинг : учебное пособие для вузов /

я литература	Н. В. Красовская. — 3-е изд., испр. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 116 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-18674-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/518856 2.Маркетинг территорий : учебник для вузов / А. А. Угрюмова [и др.] ; под общей редакцией А. А. Угрюмовой, М. В. Савельевой, Е. В. Ерохиной. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 451 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16317-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/539607.
--------------	---