Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Ушвицкий Лев Исакович
Должность: и.о. директора Института экономики и управления
Дата подписания: 26.03.2024 13:27:37
Уникальный программный ключ:
46f7031a7046958fdb4e91f81e17726331d25a8

Аннотация к рабочей программе дисциплины

Наименование дисциплины	**Управление брендами**
Краткое содержание	Сущность и содержание бренда. Процесс создания бренда. Система торговой марки. Внешние атрибуты торговой марки. Управление брендами в системе внутрифирменного управления. Планирование маркетинговой деятельности и его взаимосвязь с брендингом. Бренд и франчайзинг как эффективная форма использования бренда для реализации маркетинговой стратегии. Технологии брендинга. Управление торговой маркой. Стратегия управления активами бренда. Формирование портрета бренда как управление его активами. Ценообразование и методы оценки марочного капитала. Корпоративные формы развития бренда. Тенденции и перспективы развития торговой марки международные и глобальные бренды. Торговая марка в России.
Результаты освоения дисциплины	- опираясь на знания места и роли управления брендами в процессе разработки маркетинговой стратегии, выполняет процедуры бренд-менеджмента с использованием инструментов стратегического анализа и планирования, формирует концепцию и план продвижения бренда, применяет практический опыт для оценки марочного капитала и эффективности марочных стратегий. - применяя технологии создания и развития брендов, самостоятельно ставит цели и разрабатывает маркетинговый проект в области управления брендами
Трудоемкость, з.е.	3
Формы отчетности	Зачет Контрольная работа
Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины	
Основная литература	1. Домнин, В. Н. Брендинг : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры : для студентов вузов, обучающихся по эконом. напр. и специальностям / В. Н. Домнин. - Москва : Юрайт, 2017. - 412 с. : ил., табл., портр. - (Бакалавр и магистр. Академический курс). - Гриф: Рек. УМО. - Прил.: с. 395-411. - Библиогр.: с. 376-381. - ISBN 978-5-534-02980-2, экземпляров неограничено 2. Чернышева, А. М. Брендинг : учебник для бакалавриата и магистратуры : для студентов вузов, обучающихся по эконом. напр. и специальностям / А. М. Чернышева, Т. Н. Якубова. - Москва : Юрайт, 2017. - 505 с. : ил., табл. - (Бакалавр. Базовый курс). - Гриф: Доп. УМО. - Прил.: с. 487-504. - Библиогр.: с. 484-486. - ISBN 978-5-9916-2979-9, экземпляров неограничено 3. Рожков, И. Я. Брендинг : учебник для бакалавров : для студентов вузов, обучающихся по напр. подготовки (специальности) "Реклама и связи с общественностью" / И. Я. Рожков, В. Г. Кисмерешкин. - Москва : Юрайт, 2017. - 332 с. : ил., табл. - (Бакалавр. Углубленный курс). - Гриф: Доп. УМО. - Библиогр.: с. 326-331. - ISBN 978-5-9916-3284-3, экземпляров неограничено
Дополнительная литература	1. Карпова, С. В. Брендинг : учебник и практикум для прикладного бакалавриата : для студентов вузов, обучающихся по эконом. напр. и специальностям / С. В. Карпова, И. К. Захаренко ; Финанс. ун-т при Правительстве Российской Федерации. - 2-е изд., перераб. и

	доп. - Москва : Юрайт, 2017. - 440 с. : ил., табл. - (Бакалавр. Прикладной курс) (Гриф: Рек. УМО). - Прил.: с. 424-439. - Библиогр.: с. 420-423. - ISBN 978-5-9916-3732-9, экземпляров неограничено 2. Чернатони, Л. Брендинг. Как создать мощный бренд / М. МакДональд ; М. МакДональд. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 559 с. - (Зарубежный учебник). - ISBN 5-238-00894-5, экземпляров неограничено 3. Годин, А. М. Брендинг / А.М. Годин. - 3-е изд., перераб. и доп. - Москва : Дашков и Ко, 2012. - 186 с. - ISBN 978-5-394-01149-8, экземпляров неограничено 4. Макашева, З. М. Брендинг : [учебное пособие] / З. М. Макашева, М. О. Макашев. - СПб.[и др.] : Питер, 2011. - 283 с. : ил. ; 20. - (Учебное пособие. Теория и практика). - Библиогр.: с. 273-283. - ISBN 978-5-94807-039-1, экземпляров неограничено