

Карпова С. В.

Брендинг: учебное пособие / С. В. Карпова. - М. КНОРУС, 2008.- 224 с.

Рассмотрены основные понятия и эволюция бренда, современная среда и система управления брендами с учетом российского опыта. Кроме того, определена роль упаковки в брендинге, обоснована политика мерчандайзинга как составляющая процесса брендинга и представлены особенности брендинговой рекламы. Учебное пособие может быть использовано при изучении и подготовке курсов «Маркетинг», «Реклама», «Брендинг», «Международный маркетинг», «Международное рекламное дело».

Для студентов, магистрантов, аспирантов, преподавателей экономических факультетов и вузов, слушателей системы послевузовского образования, а также для всех, кто интересуется вопросами маркетинга, рекламы и брендинга.

Содержание

Введение

Раздел I. Брендинг

Глава 1. Основные понятия в брендинге

1.1. Определение понятий: «бренд», «торговая марка», «товарный знак»

1.2. Товар и бренд: сходства, различия, характеристики

1.3. Понятие «брендинг»

1.4. Теория эволюции брендинга

1.5. Место и роль брендинга в маркетинге

Контрольные вопросы

Глава 2. Современная среда бренда: экономическая, правовая
и социально-культурная

2.1. Экономическая среда бренда

2.2. Правовая среда бренда

2.3. Социально-культурная среда бренда

Контрольные вопросы

Глава 3. Система управления брендами

3.1. Понятие системы управления брендами

3.2. Особенности управления российскими брендами

Контрольные вопросы

Глава 4. Современные направления брендинговой политики компаний

Контрольные вопросы

Глава 5. Особенности брендинговой рекламы

Контрольные вопросы

Примерная тематика рефератов

Литература

Приложения

Раздел II. Упаковка как элемент брендинга

Глава 6. Понятие упаковки и ее роль в брендинге

Глава 7. Особенности использования упаковки товаров на внешнем рынке

Глава 8. Виды упаковки

Глава 9. Роль дизайна в упаковке товаров

Контрольные вопросы

Примерная тематика рефератов

Литература

Приложения

Раздел III. Политика мерчандайзинга в брендинге

Глава 10. Понятие мерчандайзинга в брендинге

Глава 11. Современные приемы организации мерчандайзинга

Глава 12. Чувственный мерчандайзинг

Контрольные вопросы

Примерная тематика рефератов

Литература

Приложения

Практикум

Ситуационные задачи

Деловые игры