

Годин А. М.

Брендинг: Учебное пособие / А. М. Годин. — 4-е изд. —  
М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°»,  
2016. — 184 с.

# Содержание

<b>Глава 1. Общее содержания понятия "Брендинг".....</b>	<b>4</b>
<b>Глава 2. Товарный знак и фирменное наименование.....</b>	<b>9</b>
<b>Глава 3. Сущность товарного знака (знака обслуживания) и бренда.....</b>	<b>24</b>
<b>Глава 4. Регистрация товарных знаков (знаков обслуживания).....</b>	<b>47</b>
<b>Глава 5. Российская терминология использования понятий! "товарный знак" и "бренд".....</b>	<b>52</b>
<b>Глава 6. Типы коллективных брендов, существующих в странах с развитой рыночной экономикой.....</b>	<b>58</b>
<b>Глава 7. Создание и продвижение бренда.....</b>	<b>80</b>
<b>Глава 8. Реклама и брендинг.....</b>	<b>99</b>
<b>Глава 9. Бренд-имидж.....</b>	<b>105</b>
<b>Глава 10. Фирменный стиль как составная часть брендинга.....</b>	<b>120</b>
<b>Глава 11. Интернет как средство коммуникации и становления бренда.....</b>	<b>130</b>
<b>Глава 12. Контрафактная продукция и основные направления борьбы с ней.....</b>	<b>146</b>
<b>Заключение.....</b>	<b>160</b>
<b>Словарь брендинга и его составляющих.....</b>	<b>163</b>
<b>Литература.....</b>	<b>180</b>