

**Савинков, Сергей Валериевич.**

Управление бренд-коммуникациями. Учебник с практикумом : учебник/С.В. Савинков. — Москва: КНОРУС, 2023. — 218 с. — (Бакалавриат).

# ОГЛАВЛЕНИЕ

Введение.....	5
1. БРЕНД И БРЕНД-КОММУНИКАЦИИ.....	7
1.1. Бренд. Общие понятия.....	7
1.2. Основные характеристики бренда.....	8
1.3. Бренд и торговая марка. Количественные и качественные показатели бренда.....	13
1.4. Понятие, этапы и проблемы построения бренд- коммуникаций предпринимательской структуры.....	18
1.5. Разрешение проблем построения бренд-коммуникаций предпринимательской структуры.....	25
1.6. Ядро и оболочка бренда с позиции целевой аудитории. Понятие позиционирования бренда.....	28
2. ПРИНЦИПЫ ФОРМИРОВАНИЯ И УПРАВЛЕНИЯ БРЕНД-КОММУНИКАЦИЯМИ.....	30
2.1. Маркетинговые коммуникации.....	30
2.2. Интегрированные маркетинговые коммуникации (ИМК).....	42
2.3. Бренд-коммуникации. От интеграции к конвергенции.....	44
2.4. Принципы управления бренд-коммуникациями.....	49
3. ТЕХНОЛОГИЯ ФОРМИРОВАНИЯ И УПРАВЛЕНИЕ БРЕНД-КОММУНИКАЦИЯМИ.....	58
3.1. Общие положения.....	58
3.2. Основные концепции маркетинга.....	66
3.3. Тактический цикл маркетингового проектирования.....	71
3.4. Управление проведением маркетинговых исследований.....	92
3.5. Немарочное позиционирование.....	115
3.6. Обобщение этапов системного подхода к циклическому маркетинговому проектированию.....	118
3.7. Особенности формирования коммуникаций в условиях цифровизации.....	120
4. ОСНОВЫ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ БРЕНД- КОММУНИКАЦИЙ.....	136
4.1. Расчет экономической эффективности рекламной кампании по результатам маркетинговых исследований.....	136
4.2. Тестирование сообщений и определение эффективности коммуникаций.....	139
4.3. Методология оценки эффективности бренд-коммуникаций.....	144

5. СПЕЦИФИКА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ НЕКОТОРЫХ ОТРАСЛЕЙ ЭКОНОМИКИ, ВЛИЯЮЩАЯ НА ФОРМИРОВАНИЕ И УПРАВЛЕНИЕ БРЕНД-КОММУНИКАЦИЯМИ.....	165
5.1. Специфика деятельности промышленных предприятий.....	165
5.2. Специфика деятельности предприятий розничной торговли.....	179
5.3. Специфика деятельности предприятий в сфере культуры.....	187
<b>Контрольные вопросы и задания к разделам курса</b> «Управление бренд-коммуникациями».....	199
<b>Задания на выполнение практических работ по курсу</b> «Управление бренд-коммуникациями».....	206
<b>Список литературы.....</b>	213