

## ОГЛАВЛЕНИЕ

<b>Введение.....</b>	<b>6</b>
<b>Глава 1. История брендов и брендинга .....</b>	<b>15</b>
1.1. Термины, типы, классификация .....	15
1.2. Первые шаги брендинга .....	17
1.3. Появление российских брендов .....	25
1.4. Причины усиления позиций брендинга .....	30
<b>Вопросы для самопроверки .....</b>	<b>37</b>
<b>Глава 2. Брендинг в рыночном пространстве.....</b>	<b>39</b>
2.1. Рекламно-коммуникационная деятельность.....	39
2.2. Проблемы и посткризисные векторы развития.....	49
<b>Вопросы для самопроверки .....</b>	<b>55</b>
<b>Глава 3. Специфика потребительской среды.....</b>	<b>56</b>
3.1. Социологические и психологические аспекты .....	56
3.2. Взаимоотношения человека и вещи .....	72
3.3. Восприятие цвета .....	75
3.4. Мифологизация бренда.....	78
<b>Вопросы для самопроверки .....</b>	<b>82</b>
<b>Глава 4. Трансформация товарного знака в сильный бренд....</b>	<b>84</b>
4.1. Товарные знаки: виды, функции, особенности .....	84
4.2. Составляющие «силы» .....	95
4.3. Факторы рекламоспособности .....	102
<b>Вопросы для самопроверки .....</b>	<b>108</b>
<b>Глава 5. Подготовительная стадия .....</b>	<b>110</b>
5.1. Логика действий .....	110
5.2. Аналитический этап .....	115
5.3. Ресурсы аналитики .....	121
<b>Вопросы для самопроверки .....</b>	<b>133</b>
<b>Глава 6. Проектирование и планирование.....</b>	<b>134</b>
6.1. Основополагающие факторы .....	134
6.2. Обоснование действий .....	146
6.3. Концептуальное обеспечение.....	150

## Оглавление

4	6.4. Творческие подходы.....	160
	Вопросы для самопроверки .....	173
	<b>Глава 7. Стратегические решения .....</b>	174
	7.1. Расширение бренда.....	174
	7.2. Собственные марки .....	174
	7.3. Франчайзинг .....	188
	Вопросы для самопроверки .....	195
	<b>Глава 8. Перспективные подходы и инновации .....</b>	199
	8.1. Брендинг в новых ракурсах .....	200
	8.2. Особое значение корпоративного брендинга и PR .....	205
	8.3. Брендинг в Интернете .....	212
	8.4. Товар становится услугой .....	216
	8.5. Эмпирика и разрыв .....	234
	8.6. Бренды – элементы социальной среды .....	239
	Вопросы для самопроверки .....	252
	<b>Глава 9. Новые вызовы и приоритеты.....</b>	254
	9.1. Капитализация бренда.....	254
	9.2. Репозиционирование и ребрендинг .....	259
	9.3. Глобальное использование брендов .....	264
	9.4. Социальная ответственность .....	268
	Вопросы для самопроверки .....	272
	<b>Глава 10. Управление мероприятиями брендинга .....</b>	273
	10.1. Особенности современного бренд-менеджмента.....	273
	10.2. Контроль и оценка стоимости бренда .....	287
	10.3. Принципы сотрудничества заказчика и агентства .....	297
	Вопросы для самопроверки .....	301
	<b>Глава 11. Методическое руководство к изучению дисциплины.....</b>	302
	11.1. Структура и содержание дисциплины.....	302
	11.2. Курсовая работа.....	307
	11.2.1. Примерная тематика курсовых работ .....	307
	11.2.2. Методика оценки .....	309
	11.3. Деловая игра «Брендинг» .....	310
	11.3.1. Ориентировочный план-график проведения игры .....	310
	11.3.2. Методические указания .....	311
	11.4. Итоговый экзамен .....	317
	11.4.1. Вопросы к экзамену .....	317
	11.4.2. Методика оценки экзамена .....	318

## Оглавление

5

<b>Заключение .....</b>	<b>320</b>
<b>Литература .....</b>	<b>326</b>
Основная литература.....	326
Дополнительная литература.....	327
Российские периодические издания.....	330
Зарубежные периодические издания .....	331
Интернет-ресурсы .....	331