

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА**  
**38.03.02 Менеджмент**  
**профиль 38.03.02–02 «Маркетинг»**

**Аннотация рабочей программы**  
**дисциплины «Бренд-менеджмент»**

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зач. единиц, 108 часов, форма промежуточной аттестации – зачет.

Программой дисциплины предусмотрены лекционные (*34 часа*), практические (*17 часов*), самостоятельная работа обучающегося составляет 57 часов.

Программой дисциплины предусмотрено выполнение РГЗ.

Дисциплина предусматривает изучение следующих основных разделов:

- Управление брендами.

Основные понятия бренда. Отличия и сходства бренда и торговой марки. Ценность бренда для компании (материальная и нематериальная). Правовые аспекты бренда. «Бренд-менеджмент» и его роль в системе управления маркетингом. Стратегический бренд-менеджмент.

- Развитие бренда.

Составления портфеля брендов. Сильные бренды. Критерии сильных брендов. Основные элементы бренда. Разработка имени бренда. Идентичность бренда. Ценности бренда.

- Ребрендинг.

Предпосылки ребрендинга. Технологии ребрендинга. Практический ребрендинг.

- Капитал бренда.

Позиционирование бренда. Разработка стратегических коммуникаций бренда. Оценка эффективности стратегических коммуникаций бренда. Методы управления брендом. Мониторинг бренда. Методы развития бренда. Аудит бренда. Аудит портфеля брендов. Жизненный цикл бренда. Формирование капитала бренда. Методы оценки капитала бренда.

- Глобальный бренд-менеджмент.

Формирование приверженности к бренду. Методы усиления (поддержания) приверженности к бренду.