

**Частное образовательное учреждение высшего образования  
«Ростовский институт защиты предпринимателя»  
(РИЗП)**

РАССМОТРЕНО И СОГЛАСОВАНО  
на заседании кафедры «Маркетинг»  
протокол № 11 от 26.06.2017 г.  
Зав. кафедрой «Маркетинг»



к.э.н., доц. Крамаренко Р.Р.

**УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ**  
по организации самостоятельной работы студентов и проведению  
практических (семинарских) занятий  
по дисциплине (модулю)

**Брендинг**

код и наименование направления подготовки (специальности)	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
направленность (профиль)	Реклама и связи с общественностью в коммерческой деятельности
Квалификация (степень) выпускника	Бакалавр

**Ростов-на-Дону  
2017г.**

Учебно-методические указания по организации самостоятельной работы студентов и проведению практических (семинарских) занятий по дисциплине (модулю) «Брендинг» направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата),

Автор(ы):

Ст. препод. Иванченко М.А..

(инициалы, фамилия, должность, ученая степень, ученое звание)

## **Тема 1. Понятие брендинга**

### **Задания для семинарского занятия**

- 1.Брендинг как процесс формирования предпочтения торговой марке или корпорации.
- 2.Понятие товарного и корпоративного брендинга.

### **Задания для самостоятельной работы**

- 1.Понятие бренда в системе терминов «клеймо», «торговая марка», «товарный знак», «товар» и «маркетинг».
- 2.Бренд как маркетинговое понятие.

## **Тема 2. Структура и разновидности бренда**

### **Задания для семинарского занятия**

- 1.Структура бренда.
- 2.Формальные признаки бренда.
- 3.Рациональные, ассоциативные, эмоциональные и поведенческие элементы в структуре бренда.

### **Задания для самостоятельной работы**

- 1.Сущность бренда на различных логических уровнях рассмотрения.
- 2.Архитектура брендов

## **Тема 3. Содержательные характеристики бренда**

### **Задания для семинарского занятия**

- 1.Содержание бренда в системе отношений «товар - потребитель».
- 2.Функциональные (назначение) бренда.
- 3.Индивидуальные (ценность) бренда.

### **Задания для самостоятельной работы**

- 1.Социальные (уважение) и коммуникативные (контакт) качества бренда.
- 2.Индивидуальность бренда

## **Тема 4. Функции и атрибуты бренда**

### **Задания для семинарского занятия**

- 1.Объективированные признаки бренда (атрибуты): физические характеристики, имя, упаковка, реклама
- 2.Объективированные признаки бренда (атрибуты): , персонажи, фирменный знак, логотип, цветовые сочетания.

### **Задания для самостоятельной работы**

- 1.Объективированные признаки бренда (атрибуты): физические характеристики, имя, упаковка, реклама
- 2.Объективированные признаки бренда (атрибуты): , персонажи, фирменный знак, логотип, цветовые сочетания

## **Тема 5. Содержание бренда как коммуникационный процесс**

### **Задания для семинарского занятия**

1. Особенности маркетинговых коммуникаций.
2. Коммуникативные барьеры в отношениях между товаром и потребителем.

### **Задания для самостоятельной работы**

1. Бренд в контексте семиотики (наука о знаковых системах).

## **Тема 6. Социально-психологические аспекты брендинга**

### **Задания для семинарского занятия**

1. Отношения потребителя и бренда как межличностные отношения.
2. Ценности, чувства и характер личности бренда.

### **Задания для самостоятельной работы**

1. Доверие к бренду.

## **Тема 7. Технологии брендинга**

### **Задания для семинарского занятия**

1. Брендинг как практика разработки, реализации и развития бренда.
2. Философия бренда.
3. Анализ рыночной ситуации и создание пространственной модели бренда.
4. SWOT-анализ деятельности компании.

### **Задания для самостоятельной работы**

1. Разработка концепции позиционирования бренда и фокусирование маркетинговых коммуникаций.
2. Разработка идентичности бренда.

## **Тема 8. Разработка атрибутов бренда**

### **Задания для семинарского занятия**

1. Психологические методы при разработке идентичности бренда.
2. Модели разработки бренда: «колесо бренда», «ТТВ».
3. Разработка атрибутов бренда.
4. Формальные и содержательные требования к имени бренда.
5. Способы образования и этапы создания имени бренда.

### **Задания для самостоятельной работы**

1. Упаковка как важнейший атрибут бренда, ее информативная и коммуникативная функции.
2. Фирменная символика и др. атрибуты в системе брендинга.
3. Программа формирования лояльности.
4. Мероприятия брендинга для усиления рыночных позиций бренда.

## **Тема 9. Понятие бренд-менеджмента как управление качеством бренда и маркетинговыми коммуникациям**

### **Задания для семинарского занятия**

- 1.Способы изучения и параметры оценки текущего имиджа бренда.
- 2.Марочный контракт и аудит бренда.
- 3.Методики измерения силы бренда и потенциала его развития.

### **Задания для самостоятельной работы**

- 1.Методики измерения восприятия потребителями отличий бренда.
- 2.Материальные затраты и капитал бренда, способы их оценки и прогнозирования.

## **Тема 10. Стратегические задачи управления брендом**

### **Задания для семинарского занятия**

- 1.Восточная и Западная модели брендинга.
- 2.Корпоративный и индивидуальный брендинг.
- 3.Растяжение и расширение бренда, их разновидности и возможности управления.
- 4.Совместный брендинг, условия его эффективности..

### **Задания для самостоятельной работы**

- 1.Развитие бренда во времени.
- 2.Причины устаревания и упадка, условия обновления бренда.
- 3.Перепозиционирование (ребрендинг) в процессе управления брендом