

УЧЕБНИК



С.В. САВИНКОВ

УПРАВЛЕНИЕ БРЕНД-КОММУНИКАЦИЯМИ

УЧЕБНИК С ПРАКТИКУМОМ

BOOK.ru
ЧИТАТЬ ONLINE



КНОРУС

- | БРЕНД И БРЕНД-КОММУНИКАЦИИ
- | ПРИНЦИПЫ ФОРМИРОВАНИЯ
И УПРАВЛЕНИЯ БРЕНД-КОММУНИКАЦИЯМИ
- | ТЕХНОЛОГИЯ ФОРМИРОВАНИЯ
И УПРАВЛЕНИЯ БРЕНД-КОММУНИКАЦИЯМИ
- | ОСНОВЫ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ
БРЕНД-КОММУНИКАЦИЙ
- | СПЕЦИФИКА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ
НЕКОТОРЫХ ОТРАСЛЕЙ ЭКОНОМИКИ,
ВЛИЯЮЩАЯ НА ФОРМИРОВАНИЕ
И УПРАВЛЕНИЕ БРЕНД-КОММУНИКАЦИЯМИ

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
Контрольные вопросы и задания к разделам курса «Управление бренд-коммуникациями»	199
Задания на выполнение практических работ по курсу «Управление бренд-коммуникациями»	206
Список литературы.....	213