Брендинг

Цель дисциплины:

Формирование у студентов базовых знаний в области теории и практики современного брендинга.

Краткое содержание:

Определение предмета и объекта брендинга. Особенности брендинга в отраслях и сферах деятельности. Особенности сегментации. Стратегическое и тактическое планирование на предприятии. Управление и контроль брендинга на предприятии. Специфика маркетинговых исследований конкурентов. Разработка плана – программы бренд бука. Идентификаторы брендинга. Корпоративный стиль и имидж. Концепции брендинга.