

65
к 26



ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

С. В. Карпова, И. К. Захаренко

Брендинг

Под общей редакцией **С. В. Карповой**

П Р И К Л А Д Н О Й

К У Р С

УМО ВО
рекомендует

**Учебник
Практикум
2-е издание**



БАКАЛАВР

Юрайт
Издательство
biblio-online.ru



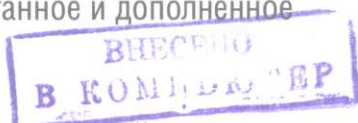
ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

С. В. Карпова, И. К. Захаренко

БРЕНДИНГ

УЧЕБНИК И ПРАКТИКУМ
ДЛЯ ПРИКЛАДНОГО БАКАЛАВРИАТА

2-е издание, переработанное и дополненное



Под общей редакцией
доктора экономических наук **С. В. Карповой**

*Допущено Учебно-методическим отделом
высшего образования в качестве учебника для студентов
высших учебных заведений, обучающихся
по экономическим направлениям и специальностям*

Книга доступна в электронной библиотечной системе
biblio-online.ru

Москва - Юрайт - 2016

УДК 33
ББК 65.290-2я73
К26

Авторы:

Карпова Светлана Васильевна — доктор экономических наук, доцент, заведующая кафедрой маркетинга и логистики факультета менеджмента Финансового университета при Правительстве Российской Федерации (введение, гл. 1–6, практикум (тесты, ситуационные задачи, деловые игры), приложения);

Захаренко Ирина Кимовна — кандидат экономических наук, доцент кафедры маркетинга и логистики факультета менеджмента Финансового университета при Правительстве Российской Федерации (гл. 7, практикум (тесты, ситуационные задачи)).

Рецензенты:

Перекалина Н. С. — доктор экономических наук, профессор, заведующая кафедрой маркетинга Российского государственного технологического университета им. К. Э. Циолковского (МАТИ);

Мхитарян С. В. — доктор экономических наук, профессор кафедры маркетинга и коммерции Московского государственного университета экономики, статистики и информатики (МЭСИ).

Карпова, С. В.

К26

Брендинг : учебник и практикум для прикладного бакалавриата / С. В. Карпова, И. К. Захаренко ; под общ. ред. С. В. Карповой. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2016. — 439 с. — Серия : Бакалавр. Прикладной курс.

ISBN 978-5-9916-3732-9

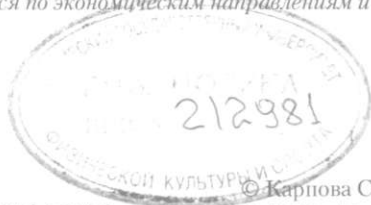
В учебнике рассмотрены место брендинга в маркетинге, основные понятия и эволюция бренда, современная среда бренда, система управления брендами с учетом российской практики, определена роль упаковки в брендинге, обоснована политика мерчандайзинга как составляющая процесса брендинга и представлены особенности брендинговой рекламы. Кроме того, изучаются теория и практика российских и зарубежных компаний в сфере разработки, продвижения и управления брендом на различных рынках. Учебник может быть использован при изучении и подготовке курсов «Брендинг», «Бренд-менеджмент», «Рекламная деятельность», «Маркетинг», «Международный маркетинг», «Международная реклама» и др.

Соответствует Федеральному государственному образовательному стандарту высшего профессионального образования третьего поколения.

Для студентов бакалавриата высших учебных заведений, обучающихся по экономическим направлениям и специальностям.

УДК 33
ББК 65.290-2я73

ОПЛ



ISBN 978-5-9916-3732-9

© Карпова С. В., Захаренко И. К., 2013
© ООО «Издательство Юрайт», 2016

Оглавление

Введение.....	5
Глава 1. Основные понятия в брендинге.....	7
1.1. Определение понятий «бренд», «торговая марка», «товарный знак».....	7
1.2. Товар и бренд: сходства, различия, характеристики.....	18
1.3. Понятие «брендинг».....	29
1.4. Теория эволюции брендинга.....	32
1.5. Особенности потребительского восприятия в брендинге.....	38
1.6. Место и роль брендинга в маркетинге.....	46
<i>Контрольные вопросы и задания.....</i>	<i>77</i>
Глава 2. Современная среда бренда: экономическая, правовая и социально-культурная.....	78
2.1. Экономическая среда бренда.....	78
2.2. Правовая среда бренда.....	87
2.3. Социально-культурная среда бренда.....	91
<i>Контрольные вопросы и задания.....</i>	<i>99</i>
Глава 3. Система управления брендами.....	100
3.1. Понятие системы управления брендами.....	101
3.2. Особенности управления российскими брендами.....	115
3.3. Современные направления брендинговой политики компаний.....	123
<i>Контрольные вопросы и задания.....</i>	<i>156</i>
Глава 4. Упаковка как элемент брендинга.....	157
4.1. Понятие упаковки и ее роль в брендинге.....	157
4.2. Этикетка как основная составляющая упаковки.....	170
4.3. Маркировка как информационная составляющая упаковки.....	177
4.4. Особенности использования упаковки товаров на внешнем рынке. Штриховое кодирование товаров.....	189
4.5. Виды упаковки.....	211
4.6. Роль дизайна в упаковке товаров.....	231
<i>Контрольные вопросы и задания.....</i>	<i>238</i>

Глава 5. Политика мерчандайзинга в брендинге.....	239
5.1. Понятие и роль мерчандайзинга в брендинге.....	240
5.2. Современные приемы организации мерчандайзинга.....	255
5.3. Чувственный мерчандайзинг.....	287
<i>Контрольные вопросы и задания.....</i>	<i>301</i>
Глава 6. Особенности брендинговой рекламы.....	302
6.1. Понятие и современные направления развития брендинговой рекламы.....	302
6.2. Современные направления развития брендинговой рекламы.....	309
<i>Контрольные вопросы и задания.....</i>	<i>312</i>
Глава 7. Брендинг в отраслях и сферах бизнеса.....	313
7.1. Промышленный брендинг.....	313
7.2. Брендинг инновационных продуктов (на примере нанопродуктов).....	325
7.3. Брендинг сферы услуг.....	335
7.4. Брендинг территорий.....	356
<i>Контрольные вопросы и задания.....</i>	<i>378</i>
Практикум.....	379
1. Тесты.....	379
2. Ответы на тесты.....	383
3. Ситуационные задачи.....	383
4. Деловые игры.....	392
Литература.....	420
Интернет-ресурсы.....	423
Приложения.....	424