

УЧЕБНОЕ  
ПОСОБИЕ

ПИТЕР®

З. М. Макашева М. О. Макашев



# Брендинг

Процесс формирования и развития  
торговой марки ■

Оценка стоимости бренда ■

Технология брендинга ■

Развитие брендинга в России ■

**ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА**

# Оглавление

<b>Введение</b> .....	5
<b>Глава 1. Теория методологии организации брендинга</b> .....	7
1.1. Основные признаки организации брендинга .....	7
1.2. Содержание процесса организации брендинга .....	15
1.3. Организационное построение системы управления брендингом .....	24
1.4. Формирование информационных связей в процессе управления деятельностью по брендингу .....	33
<b>Глава 2. Организация процесса формирования торговой марки</b> .....	46
2.1. Сущность и содержание понятия «торговая марка» .....	46
2.2. Организация процесса формирования марочного предложения .....	48
2.3. Процесс формирования видения и образа торговой марки .....	55
2.4. Организация процесса формирования названия торговой марки .....	70
2.5. Стратегия управления активами торговой марки .....	73
2.6. Организация процесса марочной коммуникации .....	87
2.7. Марочное ценообразование .....	97
2.8. Оценка капитала торговой марки .....	104
<b>Глава 3. Особенности организации процесса развития бренда</b> .....	119
3.1. Содержание понятия «бренд» .....	119
3.2. Организация отношений между брендом и потребителями .....	121
3.3. Взаимосвязь бренда с категориями «потребность» и «спрос» .....	131
3.4. Особенности организации индивидуальности образа бренда .....	143
3.5. Формирование имиджа бренда .....	153
3.6. Глобализация рынка и бренд .....	157