

Е. И. Мазилкина

БРЕНДИНГ

УЧЕБНО-ПРАКТИЧЕСКОЕ ПОСОБИЕ



СОДЕРЖАНИЕ

Предисловие.....	5
Глава 1. Развитие и правовое регулирование брендинга.....	6
1.1. История развития товарных знаков и брендинга.....	6
1.2. Виды товарных знаков.....	19
1.3. Правовое регулирование использования товарных знаков.....	25
Глава 2. Роль брендинга в деятельности организации.....	31
2.1. Влияние бренда на организацию.....	31
2.2. Использование коммуникаций в брендинге.....	38
2.3. Глобальные и региональные товарные марки.....	49
Глава 3. Роль бренда в принятии потребителем решения о покупке.....	52
3.1. Влияние брендинга на лояльность потребителей.....	52
3.2. Потребительская культура и ее составляющие.....	60
3.3. Уровни отношения покупателей к брендам.....	65
Глава 4. Использование элементов комплекса маркетинга в брендинге.....	72
4.1. Товар как элемент комплекса маркетинга.....	72
4.2. Цена как элемент комплекса маркетинга.....	81
4.3. Продвижение как элемент комплекса маркетинга.....	90
Глава 5. Роль упаковки в брендинге.....	96
5.1. Упаковка и ее функции.....	96
5.2. Виды упаковок.....	103
5.3. Выбор и оценка упаковки.....	108
Глава 6. Современные технологии брендинга.....	108
6.1. Структура бренда.....	108
6.2. Использование марочного предложения в брендинге.....	117
6.3. Оценка стоимости и эффективности бренда.....	129
6.4. Управление портфелем брендов.....	134

Глава 7. Позиционирование в брендинге	140
7.1. Модели позиционирования бренда	140
7.2. Картографирование бренда	150
7.3. Параметры позиционирования бренда	155
Глава 8. Словесное и графическое решение бренда	165
8.1. Выбор названия марки	165
8.2. Оценка выбранного названия	173
8.3. Выбор цветового решения марки	178
Глава 9. Особенности брендинга в разных сферах деятельности	188
9.1. Брендинг в сфере услуг	188
9.2. Брендинг в розничной торговле	195
9.3. Брендинг на деловых рынках	207
Литература	223