

Аннотация к дисциплине «Управление брендом в спорте и туризме»

Цель. Развитие ключевых компетенций студентов в области брендинга, т.е. деятельности по созданию и управлению брендами, что позволит им в будущем создавать конкурентоспособные торговые марки, определять их позиционирование и имидж, управлять их развитием с учетом маркетинговых стратегий фирмы.

Задачи, решаемые в процессе преподавания учебной дисциплины:

1. изучение общих понятий и терминов брендинга – бренд, товарный знак, торговая марка;
2. изучение истории возникновения брендов и брендинга, связи бренд менеджмента с другими дисциплинами;
3. изучение основных современных учений и теорий брендинга, применяемых в России и в мире;
4. обучение навыкам исследования потребителей, процессам сегментации и выбора целевых сегментов;
5. ознакомление с основными методами разработки атрибутов и ценностей бренда, с понятием позиционирования и дифференциации,
6. изучение теорий потребительской лояльности, механизмов возникновения лояльности и управления лояльностью потребителя, опыта зарубежных и российских компаний по созданию систем лояльности;
7. ознакомление с понятием жизненного цикла бренда, типами жизненного цикла бренда;
8. ознакомление с системой оценки стадии жизненного цикла бренда, стратегиями омоложения брендов, с понятием ребрендинга;
9. изучение опыта брендинга и перспективы его использования в России.