

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/esse/431307>

Тип работы: Эссе

Предмет: Менеджмент

-

Бренд-менеджмент сегодня является важным инструментом в современном бизнесе, позволяющим компаниям создавать устойчивый и узнаваемый бренд для высокого уровня конкурентоспособности в отрасли. Бренд-менеджмент включает в себя процесс создания и управления, основными составляющими которого является создание и продвижение бренда, анализ рынка, разработка и реализация стратегии, а также организация работы активных рекламных кампаний. Среди основных концепций бренд-менеджмента в научной литературе можно выделить:

1. Стратегический бренд-менеджмент: концепция направлена на оптимизацию структуры бренда и разработку стратегии, позволяющей повысить стоимость бренда и востребованность среди потребителей. Основными инструментами является стратегический аудит бренда, сегментирование и позиционирование бренда, разработка единого вида бренда через маркетинговые программы и оценка эффективности мероприятий стратегического бренд-менеджмента.
2. Оперативный (тактический) бренд-менеджмент. Основная его цель – это реализация стратегических планов по развитию бренда в краткосрочном периоде. Главными задачами являются создание маркетинговых программ для повышения узнаваемости бренда на рынке, а также создание внешних идентификаторов бренда.

1. Батталова Я.И. Бренд-менеджмент в современных организациях / Я.И. Батталова // Аллея науки. – 2018. – Т. 1, № 5 (21). – С. 671-674.
2. Введение в бренд-менеджмент: как работает управление брендом и что о нём нужно знать [Электронный ресурс] // Skillbox Media. URL: <https://skillbox.ru/media/marketing/vvedenie-v-brendmenedzhment-kak-rabotaet-upravlenie-brendom-i-cto-o-nyem-nuzhno-znat/> (дата обращения: 09.03.2024).
3. Каленская Н.В. Брендинг: учебное пособие / Н.В. Каленская, Н.Г. Антонченко. – Казань: «Абзац», 2019. – 125 с.
4. Кусраева О.А. Современная теория брендинга: разделение подходов на основе функциональной составляющей // Вестник СПбГУ. Менеджмент. – 2017. – Т. 16, Вып. 1. – С. 69-91.
5. Митрофанова А. Основные концепции бренд-менеджмента / А. Митрофанова, Т.В. Дивина // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2020. – № 11-2 (69). – С. 163-165.
6. Резник Г.А. Бренд-менеджмент: учебное пособие / Г.А. Резник, Т.В. Суханова. – Пенза: Пензенский государственный университет архитектуры и строительства, 2018. – 140 с.
7. Ступницкий М.А. Бренд-менеджмент как инструмент эффективного управления организацией / М.А. Ступницкий // Современные проблемы управления социально-экономическими процессами в условиях трансформации: сборник научных статей по материалам Региональной студенческой научно-практической конференции, Ставрополь, 15-17 ноября 2022 года. – Ставрополь: Общество с ограниченной ответственностью «СЕКВОЙЯ», 2022. – С. 162-164.
8. Фейлинг Т.Б. Современный брендинг. Часть 1: учебное пособие / Т.Б. Фейлинг, Т.В. Каткова, В.В. Третьяк. – Санкт-Петербург: РГГМУ, 2022. – 178 с.
9. Якубова Т.Н. Бренд-менеджмент как область управления современной компанией / Т.Н. Якубова // Наука и бизнес: пути развития. – 2020. – № 1 (103). – С. 149-152.
10. Яппарова Д.И. Бренд-менеджмент: учебное пособие / Д.И. Яппарова, А.Е. Пацков, Д.В. Домрачев. – Уфа: РИК УГАТУ, 2018. – 136 с.

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/esse/431307>