НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

Н.А. КАРНАУХОВА

ОСНОВЫ БРЕНДИНГА

Учебно-методический комплекс

Допущено Учебно-методической комиссией факультета психологии ТГУ в качестве учебно-методического комплекса для студентов высших учебных заведений, обучающихся по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Томск
Томский государственный университет
2016

УДК
ББК У9(2)212.4я73

Карнаухова Н.А.
К24 Основы брендинга : учеб.- метод. комплекс. – Томск : Томский государственный университет, 2016.

Учебно-методический комплекс ориентирован на изучение таких тем, как основные понятия брендинга; мотивационные типы и ценности бренда; индивидуальность и идентичность бренда; логика строения бренда и атрибуты бренда; брендинг в Интернет, управление брендом; стратегический брендинг.
Для студентов высших учебных заведений, обучающихся по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

© Карнаухова Н.А., 2016
© Томский государственный университет, 2016