

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное  
учреждение инклюзивного высшего образования  
**«Московский государственный  
гуманитарно-экономический университет»  
(ФГБОУ ИВО «МГГЭУ»)**

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебно-методической работе

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ К ОСВОЕНИЮ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.08 Бренд-журналистика

42.03.02 Журналистика  
шифр, наименование

**Направленность (профиль)**  
Интернет-журналистика

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная

Курс 3 семестр 5

Москва 2023

Методические рекомендации разработаны на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования направления 42.03.02 Журналистика (уровень бакалавриата)», утвержденного приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации № 524 от 08 июня 2017 г. Зарегистрировано в Минюсте России 29 июня 2017 г. № 47219.

Разработчик(и) методических рекомендаций: доцент кафедры социологии и медиакоммуникаций

\_\_\_\_\_ место работы, занимаемая должность  
ИЮ Григорьев Н.Ю. 23.03 2023 г.  
подпись Ф.И.О. Дата

Методические рекомендации утверждены на заседании кафедры социологии и медиакоммуникаций  
(протокол № 5 от «23» марта 2023 г.)

на заседании Учебно-методического совета МГГЭУ  
(протокол № 3 от «26» апреля 2023 г.)

СОГЛАСОВАНО:

Начальник учебно-методического управления  
ИГ И.Г. Дмитриева  
«26» 04 2023 г.

Начальник методического отдела  
Д.Е. Д.Е. Гапеев  
«26» 04 2023 г.

Декан факультета  
Л.С. Л.С. Астахова  
«14» 03 2023 г.

## Содержание

1. **АННОТАЦИЯ/ВВЕДЕНИЕ**
2. **МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ К ЛЕКЦИЯМ**
3. **МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ**
4. **МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ К ЛАБОРАТОРНЫМ РАБОТАМ\***
5. **МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ К САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЕ**

## АННОТАЦИЯ

Настоящие методические рекомендации разработаны для обучающихся 3 курса очной формы обучения с учетом ФГОС ВО и рабочей программы дисциплины «Бренд-журналистика».

### **Цель:**

- изучить методы повышения лояльности аудитории СМИ путем донесения сообщения бренда в собственных онлайн-медиа.

### **Задачи:**

- изучить понятие бренд-журналистики и выбрать операционное определение;
- поместить современные знания о бренд-журналистике в более глубокий теоретический контекст, рассмотрев релевантные лингвистические и маркетинговые теории;
- выявить приемы бренд-журналистики, которые применимы в условиях высококонкурентного медиарынка.

*знать:*

Знает особенности современных медиапроектов

*уметь:*

создавать проекты, востребованные современными условиями *владеть:*

*владеет*

навыками продвижения и взаимодействия.

## МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ К ЛЕКЦИЯМ

**Лекция 1. по теме:** Бренд – определения и сущности

### **Вопросы:**

1. Что представляет собой бренд в журналистике?
2. Как происходит разработка концепции бренда?

### **Методические рекомендации:**

При работе над этой темой важно разобраться с тем, что представляет собой бренд в журналистике, насколько влияет создание бренда на функционирование средств массовой коммуникации. Выяснить, чем различаются понятия «бренд» и «брендинг».

### **Дополнительные источники и литература для подготовки:**

Перечень дополнительной литературы

1. *Музыкант, В. Л.* Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 1. Стратегии, эффективный брендинг : учебник и практикум для вузов / В. Л. Музыкант. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 475 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14309-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/512271>
2. *Рожков, И. Я.* Брендинг : учебник для вузов / И. Я. Рожков. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 331 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16399-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/530938>
3. *Домнин, В. Н.* Брендинг : учебник и практикум для вузов / В. Н. Домнин. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 493 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13539-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511517>

**Лекция 2. по теме:** Бренд-билдинг - разработка бренда

### **Вопросы:**

1. Что представляет собой понятие «бренд-бук»
2. Какие этапы включает в себя разработка бренда?

### **Методические рекомендации:**

В процессе изучения данной темы важно узнать, что представляет собой бренд-билдинг, как происходит разработка бренда, какие нюансы нужно учитывать.

### **Дополнительные источники и литература для подготовки:**

Перечень дополнительной литературы

1. *Музыкант, В. Л.* Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 1. Стратегии, эффективный брендинг : учебник и практикум для вузов / В. Л. Музыкант. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 475 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14309-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/512271>
2. *Рожков, И. Я.* Брендинг : учебник для вузов / И. Я. Рожков. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 331 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16399-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/530938>
3. *Домнин, В. Н.* Брендинг : учебник и практикум для вузов / В. Н. Домнин. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 493 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13539-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511517>

### **Лекция 3. по теме: Управление лояльностью к бренду**

#### **Вопросы**

- 1) что представляет собой лояльность применительно к брендингу;
- 2) что представляет собой антилояльность?

**Методические рекомендации:** в процессе освещения этой темы лектор рассматривает вопрос лояльности по отношению к бренду.

### **Дополнительные источники и литература для подготовки:**

Перечень дополнительной литературы

1. *Музыкант, В. Л.* Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 1. Стратегии, эффективный брендинг : учебник и практикум для вузов / В. Л. Музыкант. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 475 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14309-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/512271>
2. *Рожков, И. Я.* Брендинг : учебник для вузов / И. Я. Рожков. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 331 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16399-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/530938>
3. *Домнин, В. Н.* Брендинг : учебник и практикум для вузов / В. Н. Домнин. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 493 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13539-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511517>

#### Лекция 4. по теме: Интегрированный брендинг

##### Вопросы

- 1) что представляют собой методы изучения рыночного положения?
- 2) как они могут развиваться и функционировать в различных ситуациях?

**Методические рекомендации:** В ходе лекции лектор освещает вопросы эволюции различных методов функционирования на рынке.

##### Дополнительные источники и литература для подготовки:

Перечень дополнительной литературы

1. *Музыкант, В. Л.* Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 1. Стратегии, эффективный брендинг : учебник и практикум для вузов / В. Л. Музыкант. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 475 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14309-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/512271>
2. *Рожков, И. Я.* Брендинг : учебник для вузов / И. Я. Рожков. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 331 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16399-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/530938>
3. *Домнин, В. Н.* Брендинг : учебник и практикум для вузов / В. Н. Домнин. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 493 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13539-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511517>

#### Лекция 5. по теме: Продвижение брендов в условиях глобализации

1. Какие методы продвижения брендов существуют?
2. Как эти методы могут эволюционировать в процессе продвижения бренда.

**Методические рекомендации:** В ходе проведения лекционного занятия обращается внимание на то, как можно продвинуть бренд в современных условиях с минимальными рисками и максимальным успехом.

##### Дополнительные источники и литература для подготовки:

Перечень дополнительной литературы

1. *Музыкант, В. Л.* Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 1. Стратегии, эффективный брендинг : учебник и практикум для вузов / В. Л. Музыкант. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 475 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14309-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/512271>
2. *Рожков, И. Я.* Брендинг : учебник для вузов / И. Я. Рожков. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 331 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16399-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/530938>

3. *Домнин, В. Н.* Брендинг : учебник и практикум для вузов / В. Н. Домнин. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 493 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13539-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511517>

## **Лекция 6. по теме: Международный брендинг**

### **Вопрос**

1. Перечислите основные международные бренды?
2. Что представляет собой брендинг транснациональных компаний?

### **Методические рекомендации:**

В ходе лекции важно узнать, что представляет собой брендинг транснациональных компаний.

### **Дополнительные источники и литература для подготовки:**

Перечень дополнительной литературы

1. *Музыкант, В. Л.* Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 1. Стратегии, эффективный брендинг : учебник и практикум для вузов / В. Л. Музыкант. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 475 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14309-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/512271>
2. *Рожков, И. Я.* Брендинг : учебник для вузов / И. Я. Рожков. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 331 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16399-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/530938>
3. *Домнин, В. Н.* Брендинг : учебник и практикум для вузов / В. Н. Домнин. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 493 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13539-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511517>

## **МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ**

Тема «Ассоциативная сеть понимания бренда»

Вопросы и задания

1. История использования брендов. Основные понятия: товарный знак, торговая марка, бренд.
2. Бренд-ориентированный маркетинг. Конкурсы брендов.
3. Структура и матрица бренда, информации, рекламы и связей с общественностью

2. Тема «Разработка Brand Essence»

Вопросы и задания

1. Информация о социальной сфере.
2. Изучение рыночных изменений.



3. Исследование рыночных предпочтений, лояльности бренду

3. Тема «Потребительская лояльность»

Вопросы и задания

1. Этапы организации программ лояльности.
2. Основные принципы программ лояльности.
3. Основные компоненты программ лояльности
4. Тема «Сущность интегрированного брендинга»

Вопросы и задания

1. Аудит бренда
2. Виды бренда
3. Этапы бренда
5. Тема «Особенности брендинга в развитых странах»

Вопросы и задания

1. Брендинг в современной России
2. Основные проблемы
3. Перспективы развития
6. Тема «Международные факторы брендинга»

Вопросы и задания

1. Механизмы управления брендами международной компании
2. Виды стратегий.
3. Глобальный бренд.

## МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ К САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЕ

### Тема 1. «Разработка Brand Essence»

1. «Ассоциативная сеть понимания бренда»
2. Числовое определение нематериальных имиджевых активов
3. Опишите методику определения нематериальных имиджевых активов.

### Тема 2. Мыслительное поле бренда

1. Проведите позиционирование торговой марки по схеме: анализ рынка, товаров (предназначение, выгода), конкурентов, сегментирование, сравнение выгод и преимуществ, определение всех возможных позиций бренда (торговой марки).
2. Назовите имена брендов, которые со временем стали применяться как названия товаров всей товарной категории (подобно Xerox, Pampers).
3. Прокомментируйте ситуации неверно определенной идентичности бренда и необходимость репозиционирования.
4. Сравните особенности позиционирования и репозиционирования торговой марки

### Тема 3. Управление лояльностью к бренду

1. Выберите одну из категорий товаров и ответьте на вопросы – кто пользуется товаром, каковы позиции конкурирующих марок, каковы тенденции и перспективы торговой марки.

### Тема 4. PR-технологии

1. Выявить систему задач, возникающих при создании бренда (по выбору студента).
2. Выявить целевые аудитории бренда.
3. Составить бриф для рабочей группы.

### Тема 5. Использование технологий брендинга в развивающихся странах

1. На основе бренда платформы (предоставляется преподавателем) разработать стратегию линейного расширения бренда и диверсификации.

### Тема 6. Основные стратегии международного брендинга

1. Разработать план коммуникационной кампании при выводе на рынок нового продукта в ассортиментной линейке ТМ.

