

А. М. Годин

# БРЕНДИНГ

*Учебное пособие*

4-е издание

Москва

Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°»

2016

**УДК 339.138**  
**ББК 65.290-2**  
**Г59**

**Рецензент:**

*А. О. Блинов* — доктор экономических наук, профессор, академик РАЕН.

**Годин А. М.**

**Г59**

Брендинг: Учебное пособие / А. М. Годин. — 4-е изд. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. — 184 с.

ISBN 978-5-394-02629-4

В учебном пособии рассматриваются проблемы развития брендинга в Российской Федерации, даны общие положения, раскрыта сущность брендинга, товарного знака и фирменного наименования, анализируются понятия товарного знака (знака обслуживания) и бренда, показан процесс регистрации товарных знаков (знаков обслуживания). Особое внимание уделено созданию и продвижению брендов, дана характеристика связи рекламы и брендинга, раскрыто понятие бренд-имиджа, определена роль и место фирменного стиля и значения для него брендинга, охарактеризован процесс брендинга в сети Интернет и показано его значение для усиления бренда определенного товарного знака (знака обслуживания). Особое значение приобретает раскрытие автором сущности контрафактной продукции и ее негативного воздействия на бренд товарного знака (знака обслуживания).

Для студентов, аспирантов, преподавателей вузов, слушателей курсов повышения квалификации и бизнес-школ, а также менеджеров, экономистов, финансистов, бухгалтеров.

ISBN 978-5-394-02629-4

© Годин А. М., 2015

© ООО «ИТК «Дашков и К°», 2015

## Содержание

---

<b>Глава 1.</b> Общее содержания понятия “Брендинг” .....	4
<b>Глава 2.</b> Товарный знак и фирменное наименование .....	9
<b>Глава 3.</b> Сущность товарного знака (знака обслуживания) и бренда .....	24
<b>Глава 4.</b> Регистрация товарных знаков (знаков обслуживания) .....	47
<b>Глава 5.</b> Российская терминология использования понятий “товарный знак” и “бренд” .....	52
<b>Глава 6.</b> Типы коллективных брендов, существующих в странах с развитой рыночной экономикой .....	58
<b>Глава 7.</b> Создание и продвижение бренда .....	80
<b>Глава 8.</b> Реклама и брендинг .....	99
<b>Глава 9.</b> Бренд-имидж .....	105
<b>Глава 10.</b> Фирменный стиль как составная часть брендинга .....	120
<b>Глава 11.</b> Интернет как средство коммуникации и становления бренда .....	130
<b>Глава 12.</b> Контрафактная продукция и основные направления борьбы с ней .....	146
<b>Заключение</b> .....	160
<b>Словарь брендинга и его составляющих</b> .....	163
<b>Литература</b> .....	180