Филонова А. С.

Управление репутацией бренда

Учебник

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Московский политехнический университет»
(Московский Политех)

А. С. Филонова

УПРАВЛЕНИЕ РЕПУТАЦИЕЙ БРЕНДА

Учебник

Электронное издание
локального распространения

Санкт-Петербург
Наукоемкие технологии
2025

© Филонова А. С., 2025
ISBN 978-5-907946-82-8

УДК 005.336.6:659(075.8)
ББК 60.842я73
Ф55

Автор:
Анна Сергеевна Филонова, кандидат психологических наук, доцент, доцент кафедры рекламы и связей с общественностью в медиаиндустрии, Московский политехнический университет

Рецензенты:
Татьяна Ростиславна Зеленина, кандидат социологических наук, доцент кафедры менеджмента АНО ВО «РосНОУ»;
Роман Валерьевич Козьяков, кандидат психологических наук, доцент, заведующий кафедрой гуманитарных дисциплин ОЧУВО «Московский инновационный университет»

Ф55 Филонова А. С. Управление репутацией бренда [Электронный ресурс]: учебник / А. С. Филонова. – Электрон, текстовые дан. (4,0 Мб). – СПб.: Наукоемкие технологии, 2025. – 113 с. – 1 электрон., опт. диск (CD-ROM).

ISBN 978-5-907946-82-8

Учебник «Управление репутацией бренда» предназначен для студентов высших учебных заведений, обучающихся по направлениям 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» (бакалавриат) и 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью» (магистратура). В учебнике рассматриваются ключевые аспекты формирования, поддержания и управления репутацией бренда в современных условиях.

Издание охватывает теоретические основы репутационного менеджмента, практические инструменты и стратегии, а также актуальные кейсы из мировой и российской практики. Особое внимание уделено управлению репутацией бренда в цифровой среде, включая работу с социальными медиа, мониторинг онлайн-упоминаний и противодействие негативным информационным атакам. Учебник структурирован таким образом, чтобы обеспечить поэтапное освоение материала: каждая глава завершается вопросами для самопроверки, которые помогут студентам закрепить полученные знания и развить критическое мышление.

Учебник предназначен для использования в рамках учебных курсов, а также для самостоятельного изучения студентами, аспирантами и специалистами в области рекламы, PR и бренд-менеджмента. Учебник обсужден и рекомендован к печати кафедрой рекламы и связей с общественностью в медиаиндустрии, Московский политехнический университет, протокол кафедрального совещания № 8 от 20 марта 2025 года.

Текстовое электронное издание

Минимальные системные требования:

- процессор: Intel x86, x64, AMD x86, x64 не менее 1 ГГц;
- оперативная память RAM ОЗУ: не менее 512 МБайт;
- свободное место на жестком диске (HDD): не менее 120 МБайт;
- операционная система: Windows XP и выше;
- Adobe Acrobat Reader;
- дисковод CD-ROM;
- мышь.

ISBN 978-5-907946-82-8 © Филонова А. С., 2025

Учебное издание

Филонова Анна Сергеевна

Управление репутацией бренда

Учебник

Электронное издание
локального распространения

Главный редактор: В. М. Коровин
Корректор: О. А. Гильфанова
Компьютерная верстка: Ю. Н. Сафонкина

Издательство «Наукоемкие технологии»
ООО «Корпорация «Интел Групп»
https://publishing.intelgr.com
E-mail: publishing@intelgr.com
Тел.: +7 (812) 945-50-63
Интернет-магазин издательства
https://shop.intelgr.com/

Подписано к использованию 16.06.2025 г.
Объем издания – 4,0 Мб.
Комплектация издания – 1 CD.
Тираж 100 CD.

ISBN 978-5-907946-82-8

