Темы контрольных работ:

1. Факторы, влияющие на эффективность брендинга.
2. Алгоритм разработки бренда (на примере любой компании).
3. Сущность процесса позиционирования бренда (на примере любой компании).
4. Функциональные, физические атрибуты бренда. Принципы разработки физических, функциональных и коммуникативных атрибутов бренда (на примере любой компании).
5. Пркактика применения психологических факторов при разработке имиджа бренда (на примере любой компании).
6. Влияние СМИ на эффективность брендинга. Медиа-рилейшнз как инструмент создания и продвижения бренда (на примере любой компании).
7. Торговая марка: сущность, принципы создания и продвижения на рынке товаров или услуг.
8. Принципы и инструменты создания личного бренда.
9. Трансмедиа как способ продвижения бренда (на примере любой компании).
10. Адвергейминг (advergaming) и Геймификация (gamification) в процессе продвижения бренда.
11. Специфика брендинга в сфере туризма (на примере любой компании).
12. Специфика брендинга территории.
13. Креативные и психотехнологии создания брендов.
14. Лояльность бренду: исследования и технологии формирования.
15. BrandBuilding: как создать сильный корпоративный бренд.
16. Специфика «нетоварного брендинга» на рынке образовательных услуг.
17. Специфика «нетоварного брендинга» в сфере культуры и искусства.
18. Роль интегрированных маркетинговых коммуникаций в продвижении корпоративного, товарного или территориального бренда (на выбор).
19. Теория и практика построения системы идентичности корпоративного, товарного или территориального бренда (на выбор).

В контрольной работе любая тема должна быть подкреплена эмпирическим исследованием. Вы можете выбрать любую тему для написания контрольной работы, при этом объекты исследования не должны повторяться.