**Список рекомендуемой литературы по учебной дисциплине “Брендовая политика”**

**Основная:**

1. Акулич, И. Л. Маркетинг: учебник для студентов учреждений высшего образования по экономическим специальностям / И. Л. Акулич. – Минск: БГЭУ, 2020. – 541 с.
2. Дурович, А. П. Теория маркетинга: учебное пособие для студентов учреждений высшего образования по специальности «Маркетинг» / А. П. Дурович. – Минск: РИВШ, 2023. – 579 с.
3. Клюня, В. Л. Брендинг: учебное пособие для студентов учреждений высшего образования по специальности «Маркетинг» / В. Л. Клюня, Н. В. Черченко, С. П. Мармашова; М-во образования Респ. Беларусь, Белорус. гос. ун-т, Ин-т бизнеса БГУ. – Минск: Институт бизнеса БГУ, 2019. – 118 с.

**Дополнительная:**

4. Котлер, Ф.Маркетинг 4.0. Разворот от традиционного к цифровому: [технологии продвижения в интернете] / Ф. Котлер, Х. Картаджайя, А. Сетиаван; [пер. с англ. М. Хорошиловой]. – М.: Бомбора, 2022. – 219 с. 5.Макашев, М. О. Бренд-менеджмент: учебное пособие. – СПб.: Питер, 2021. – 224 с.

6. Кузьмина, О. Г. Бренд-менеджмент: учеб. пособие / О.Г. Кузьмина. – М.: РИОР: ИНФРА-М, 2018. – 176 с.

7. Музыкант, В. Л. Брендинг: Управление брендом: Учебное пособие / В.Л. Музыкант. – М.: ИЦ РИОР: НИЦ ИНФРА-М, 2014. – 316 с.

8. Антонова, Н.В. Восприятие брендов и стратегии потребительского поведения / Н.В. Антонова, О. Патоша. – М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2018. – 211 с.

9. Баранова, С. А. Основы брендинга: курс лекций и тестовые задания: учебное пособие / С. А. Баранова. – М.: ФЛИНТА, 2021. – 98 с.

10. Бренд-менеджмент: журнал / учредитель ЗАО "Издательский дом "Гребенников". – 2001–2024.

11. Музыкант, В. Л. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики: учебник и практикум для академического бакалавриата: для студентов высших учебных заведений, обучающихся по экономическим специальностям. [В 2 ч.]. Ч. 1. Стратегии, эффективный брендинг / В. Л. Музыкант. – М. : Юрайт, 2019. – 341 с.

**Электронные ресурсы:**

12. Дмитриева, Л. М. Бренд в современной культуре: монография / Л.М. Дмитриева. – М.: Магистр : ИНФРА-М, 2024. – 200 с. - ISBN 978-5-9776-0369-0. - Текст: электронный. - URL: https://znanium.ru/catalog/product/2136709 (дата обращения: 12.11.2024). – Режим доступа: по подписке.

13. Дробо, К. Секреты сильного бренда: Как добиться коммерческой уникальности / Дробо К. - М. :Альпина Пабл., 2016. - 276 с.: ISBN 5-9614-0109-X. - Текст: электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/923764 (дата обращения: 12.11.2024). – Режим доступа: по подписке.

14. Зотов, В. В. Бренд-решения: учебное пособие / В.В. Зотов. – М.: ЕАОИ, 2024. - 80 с. - ISBN 978-5-374-00466-3. - URL: https://ibooks.ru/bookshelf/394751/reading (дата обращения: 05.11.2024). - Текст: электронный.

15. Зотов, В. В. Стратегический бренд-менеджмент: учебное пособие / В.В. Зотов. – М.: ЕАОИ, 2024. - 48 с. - ISBN 978-5-374-00444-1. - URL: https://ibooks.ru/bookshelf/394971/reading (дата обращения: 05.11.2024). - Текст: электронный.

16. Кузьмина, О. Г. Бренд-менеджмент: учебное пособие / О.Г. Кузьмина. – М.: РИОР : ИНФРА-М, 2025. – 176 с. – ISBN 978-5-369-01614-5. - Текст: электронный. - URL: https://znanium.ru/catalog/product/2172559 (дата обращения: 12.11.2024). – Режим доступа: по подписке.

17. Макашева, З. М. Брендинг: учебное пособие. / З.М. Макашева, М.О. Макашев. - СПб.: Питер, 2021. - 288 с. - ISBN 978-5-4461-9387-5. - URL: https://ibooks.ru/bookshelf/377968/reading (дата обращения: 05.11.2024). - Текст: электронный.

18. Миллер, Д. Метод StoryBrand: расскажите о своем бренде так, чтобы в него влюбились: научно-популярное издание / Д. Миллер. - М.: Альпина Паблишер, 2020. - 232 с. - ISBN 978-5-9614-2738-7. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1221034 (дата обращения: 12.11.2024). – Режим доступа: по подписке.

19. Музыкант, В. Л. Брендинг. Управление брендом: учебное пособие / В.Л. Музыкант. – М.: РИОР : ИНФРА-М, 2023. – 316 с. – (Высшее образование: Бакалавриат; Азбука рекламы). - ISBN 978-5-369-01934-4. - Текст: электронный. - URL: https://znanium.ru/catalog/product/2008766 (дата обращения: 12.11.2024). – Режим доступа: по подписке.

20. Очковская, М. С. Потребление товаров люксовых брендов и их подделок. – 2-е изд., стер. / М.С. Очковская, Т.А. Карапетян. - М.: Флинта, 2021. - 104 с. - ISBN 978-5-9765-4470-3. - URL: https://ibooks.ru/bookshelf/377650/reading (дата обращения: 05.11.2024). - Текст: электронный.

21. Савинков, С. В. Управление бренд-коммуникациями: учебник с практикумом: учебник / С. В. Савинков. – М. : КноРус, 2025. – 217 с. – ISBN 978-5-406-13615-7. – URL: https://book.ru/book/955413 (дата обращения: 12.11.2024). – Текст : электронный.

22. Синявец, Т. Д. Бренд-менеджмент: учебник для бакалавров по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент» / Т. Д. Синявец. – Омск: Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского (ОмГУ), 2023. – 207 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=698866 (дата обращения: 12.11.2024). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-7779-2602-9. – Текст: электронный.

23. Старов, С. А. Управление брендами: учебник / С. А. Старов. - 4-е изд., перераб. - СПб.: Изд-во С.-Петерб. ун-та, 2021. - 557 с. - ISBN 978-5-288-06100-4. - Текст: электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1840353 (дата обращения: 12.11.2024). – Режим доступа: по подписке.

24. Уиллер, А. Индивидуальность бренда. Руководство по созданию, продвижению и поддержке сильных брендов: практическое руководство / У. Алина. - М. : Альпина Паблишер, 2004. - 230 с. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.ru/catalog/product/2117005 (дата обращения: 12.11.2024). – Режим доступа: по подписке.

25. Шарков, Ф. И. Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг: учебное пособие / Ф. И. Шарков. – 3-е изд., стер. – М. : Дашков и К°, 2022. – 323 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684408 (дата обращения: 12.11.2024). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-04536-3. – Текст : электронный.

26. Шевченко, Д. А. Управление брендом: учебник / Д. А. Шевченко, Е. В. Пономарева. – М.: Директ-Медиа, 2022. – 344 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=694021 (дата обращения: 12.11.2024). – Библиогр.: с. 335-339. – ISBN 978-5-4499-3329-4. – DOI 10.23681/694021. – Текст: электронный.

**Нормативные правовые акты:**

27. О товарных знаках и знаках обслуживания: Закон Республики Беларусь от 05.02.1993 № 2181-XII: в ред. Закона Респ. Беларусь от 09.01.2023 № 243-З// Нац. правовой Интернет-портал Республики Беларусь, 12.01.2023, 2/2963.

28. Об утверждении Положения о порядке регистрации товарного знака и знака обслуживания: Постановление Совета Министров Респ. Беларусь от 28.12.2009 № 1719: в ред. Постановления Совета Министров Респ. Беларусь от 28.07.2023 № 493// Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь, 02.08.2023, 5/51946.