

Оглавление

Предисловие	5
Тема 1. Теоретические аспекты брендинга туристских дестинаций.....	8
1.1. Определение понятий «бренд» и «бренд территорий»	9
1.2. Понятия «бренд» и «образ»: общее и различие	13
1.3. Структура территориального бренда: соотношение понятий «бренд», «имидж» и «идентичность»	15
1.4. Понятие «территориального брендинга»	18
1.5. Классификации брендов территорий	20
1.6. Подходы (модели) к формированию бренда туристских территорий	32
1.7. Цель, задачи и функции брендинга территории	41
1.8. Направления брендинга туристских дестинаций	42
Вопросы для закрепления пройденного материала	45
Задания для самостоятельной работы.....	45
Тема 2. Разработка бренда туристской территории	47
2.1. Принципы территориального брендинга.....	48
2.2. Заинтересованные стороны и целевые аудитории	49
2.3. Маркетинговый аудит	52
2.4. Анализ целевых аудиторий брендинга	58
2.5. Методики измерения имиджа территории	64
2.6. Платформа бренда — фундаментальная концепция построения бренда	76
2.7. Разработка концепции бренда на основе территориальной идентичности.....	77
2.8. Характеристики успешного бренда дестинации.....	95
Вопросы для закрепления пройденного материала	103
Задания для самостоятельной работы.....	103
Тема 3. Продвижение брендов туристских дестинаций и построение бренд-коммуникаций	106
3.1. Формы и направления «визуализации» идентичности места в городском пространстве	107
3.2. Работа с городской инфраструктурой как способ формирования бренда.....	115
3.3. Культурная жизнь города как сфера для «оживления» брендинга.....	117

3.4. Этапы и инструменты продвижения бренда дестинации	138
3.5. PR-кампания имиджа дестинации	150
3.6. Событийная коммуникация	157
Вопросы для закрепления пройденного материала	163
Задания для самостоятельной работы.....	164
Тема 4. Управление брендом туристской территории.....	168
4.1. Понятие бренд-менеджмента и модели управление брендом	169
4.2. Бренд-стратегия территории	177
4.3. Позиционирование территории: этапы и стратегии	184
4.4. Позиционирование туристских дестинаций и карты восприятия брендов.....	191
Вопросы для закрепления пройденного материала	197
Задания для самостоятельной работы.....	198
Тема 5. Брендинг туристских территорий в цифровом пространстве.....	203
5.1. Понятие цифрового брендинга туристской территории	204
5.2. Модели формирования бренда в цифровом пространстве.....	206
5.3. Виртуальный потенциал туристской территории	213
5.4. Коммуникационные стратегии брендов	220
5.5. Инструменты цифрового брендинга	223
5.6. Перспективы цифрового брендинга.....	232
Вопросы для закрепления пройденного материала	234
Задания для самостоятельной работы.....	235
Тема 6. Оценка эффективности брендинга территории.....	240
6.1. Понятие эффективности брендинга	240
6.2. Методы оценки эффективности брендинга	242
6.3. Эффекты брендинга туристских территорий.....	246
6.4. Ценность бренда и методы ее оценки	253
6.5. Рейтинги как инструмент измерения силы территориального бренда	257
Вопросы для закрепления пройденного материала	262
Задания для самостоятельной работы.....	262
Список литературы.....	267
Новые издания по дисциплине «Брендинг туристских территорий» и смежным дисциплинам	273