Курсовая работа\_Бренд-менеджмент в спортивной индустрии на современном этапе

Стр\_33

СОДЕРЖАНИЕ

[Введение](#_Toc150786076)

[Глава 1. Теоретические аспекты бренд-менеджмент в спортивной индустрии](#_Toc150786077)

[1.1 Сущность и значение бренд-менеджмента на современном этапе](#_Toc150786078)

[1.2 Особенности формирования и продвижения бренда спортивной организации](#_Toc150786079)

[Глава 2. Анализ особенностей бренд-менеджмента на примере](#_Toc150786080)

[2.1 Общая характеристика деятельности хоккейного клуба](#_Toc150786081)

[2.2 Оценка системы бренд-менеджмента хоккейного клуба](#_Toc150786082)

[2.3 Рекомендации по совершенствованию бренд-менеджмента клуба за счет использования современных технологий продвижения бренда](#_Toc150786083)

[Заключение](#_Toc150786084)

[Список использованных источников](#_Toc150786085)

# **Заключение**

Проведенное в курсовой работе исследование позволило сделать следующие выводы:

Бренд-менеджмент является важным инструментом для спортивных организаций, позволяющим им продвигать свои продукты и услуги на рынке, привлекать новых болельщиков и удерживать существующих. Важным аспектом бренд-менеджмента является создание и поддержка уникального и легко узнаваемого бренда, который удовлетворяет потребности и ожидания потребителей. Формирование и продвижение бренда спортивной организации имеет свои особенности, связанные с динамичностью рынка и высокой конкуренцией.

# **Список использованных источников**

1. Алексеев, А. В. Продвижение бренда спортивного клуба с помощью индекса спорта (на примере баскетбола) / А. В. Алексеев, А. С. Любавин // Бренд-менеджмент. – 2018. – № 2. – С. 150-164.
2. Гореликов, В. А. Маркетинговые продукты в спорте как инструменты конкурентной борьбы в индустрии спорта / В. А. Гореликов, К. И. Братков // Современная конкуренция. – 2020. – Т. 14, № 4(80). – С. 25-39.
3. Группа ХК «Астана» в социальной сети ВКонтакте [Электронный ресурс]. – URL: https://vk.com/hockey\_club\_astana
4. Захарова О.Д., Пантелеева Т.А. Создание и продвижение спортивного бренда // Мировые цивилизации, 2021 №1. [Электронный ресурс]. – URL: <https://wcj.world/PDF/23ECMZ121.pdf>
5. Колодезникова, С. И. Феномен бренда спортивных организаций / С. И. Колодезникова, З. В. Исаева // Перспективы науки. – 2023. – № 8(167). – С. 245-247.