

**Секция «Связи с общественностью и теория коммуникации»
Эффективные коммуникации спортивных брендов в современной
Интернет-среде**

Вавилов Сергей Валерьевич

Студент

*Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, Философский
факультет, Москва, Россия*

E-mail: vavilovsergey2011@yandex.ru

В данной исследовательской работе будет проведен анализ положения крупнейших спортивных брендов в современной интернет-среде.

Основной упор в исследовании будет сделан на анализ эффективной коммуникации, а также использования нестандартизированного подхода к брендингу в сети Интернет. Помимо этого, будут рассмотрены основные тенденции по продвижению спортивного бренда в интернет-среде.

В исследовательской работе будет предпринята попытка представить пути развития продвижения спортивного продукта по средствам сети Интернет в России, а также в мире.

Литература

1. Жан-Ноэль Капферер. Бренд навсегда: создание, развитие, поддержка ценности бренда. 2007
2. Кевин Лейн Келлер. Стратегический бренд-менеджмент: создание, оценка и управление марочным капиталом. 2007
3. Чумиков А.Н. и Бочаров М.П. "Связи с общественность Теория и практика. 2010
4. Чумиков, А.Н. PR-кампания в Интернете Советник. 2003
5. Котлер Ф. Управление рекламой, стимулированием сбыта и связями с общественностью. 2003
6. Гудым Д. Управление габитарным имиджем компании-работодателя. 2004
7. Почепцов Г.Г. Коммуникативные технологии двадцатого века/ 2001
8. Шульц Д., Барнс Б. Стратегические бренд-коммуникационные кампании. 2001
9. Хейг М. Крупнейшие ошибки брендинга. 2003
10. Бокарев Т. Энциклопедия интернет-рекламы. 2007
11. Scott D.M. The New Rules of Marketing and PR: How to Use Social Media, Blogs, News Releases, Online Video,&Viral Marketing to Reach Buyers Directly. 2011
12. Simmons D., Simmons M. Arsenal: Winning Together: The Story of the Arsenal Brand. 2009
13. Бернофф Д. Взрывная Web_Волна. Как добиться успеха в мире, преобразенном интернет-технологиями 2010