**Бренды академического мира в эпоху digital-трансформаций: типология, экономические оценки и соизмерения, капитализация и управление (проект РФФИ № 19-010-00844)**

В современном глобальном информационном мире в противоречие вступают две тенденции: стремление к унификации, стандартизации различных сторон жизнедеятельности социума и стремление к уникальности, специфичности, особенности, узнаваемости. Данные противоречия начали с особой остротой проявляться и в  
функционировании специфической части общества – академическом мире. Частично указанное противоречие разрешается посредством возникновения и функционирования такого феномена, как бренд.

Бренды академического мира – это ментально-эмоциональные конструкции представления объектов академического мира в общественном сознании, это структуры символического пространства академического мира. Вместе с тем бренды выступают сегодня своеобразными «аттракторами» притяжения ресурсов в академическом мире. Здесь возникает целый ряд новых явлений и проблем, требующих своего научного осмысления.

Целью данного проекта является научный анализ феномена «бренды академического мира», их появления и развития, влияния на социально-экономическое пространство академического мира и последствий такого влияния, а также разработка системы измерения брендов объектов академического мира, выявление способов и механизмов вовлечения брендов академического мира в экономический оборот.

Проект рассчитан на три года. Члены научного коллектива – доцент Баженова Елена Юрьевна (руководитель), доцент Абросимов Дмитрий Владимирович, к.ф.н. Баженов Сергей Витальевич, доцент Чернобровкина Наталья Игоревна.