



**Методичні рекомендації з підготовки студентів до практичних
(семінарських) занять**
Факультет міжнародних відносин
Кафедра реклами і зв'язків з громадськістю

ЗАТВЕРДЖУЮ

Зав. кафедри _____ А. Іващук

(підпис)

(ПІБ)

« _____ » _____ 20__ р.

ЗМІСТ

1	Визначення бренду. Структура та різновиди бренду
2	Зміст та атрибути бренду
3	Побудова брендової ДНК
4	Технології брендінгу
5	Формування іміджевих стратегій бренду
6	Стратегічні та тактичні брендові вимірювання
7	Бренд як семіотична система
8	Емоційний аспект бренду
9	Бренд-менеджмент як інтегрована комунікація
10	Технології та процедури наймінгу
11	Сучасні комунікативні стратегії створення нових брендів
12	Бренд у медійному просторі
13	Діагностика та моделювання сучасних брендів
14	Практичні інструменти промоції брендів
15	Стратегія формування державного бренду України



Орієнтовний хід проведення заняття:

1. Оголошення теми та її зв'язок із лекціями (до 3-х хвилин)
2. Перевірка присутності студентів (до 3-х хвилин)
3. Обговорення та закріплення лекційного матеріалу (до 35-хвилин)
4. Вирішення задач, ситуаційних вправ, проведення розрахунків та формулювання висновків (до 35-хвилин)
5. Оголошення оцінок і пояснення домашнього завдання (до 4-х хвилин)

Тема №1: Визначення бренду. Структура та різновиди бренду

Питання, які необхідно підготувати на практичне заняття:

6. Структура бренду.
7. Суть бренду на різних логічних рівнях розгляду.
8. Поняття бренду.
9. Соціологічні аспекти бренду.

Тема №2: Зміст та атрибути бренду

Питання, які необхідно підготувати на практичне заняття:

1. Змістовні характеристики бренду.
2. Індивідуальність бренду.
3. Зовнішні ознаки бренду.
4. Комунікативні властивості атрибутів бренду.



Тема №3: Побудова ДНК бренду

Питання, які необхідно підготувати на практичне заняття:

1. Модель ДНК бренду.
2. Архітектура брендів.
3. Мультибренд та «парасольковий» бренд.

Тема №4: Технології брендингу

Питання, які необхідно підготувати на практичне заняття:

1. Брендінг як практика розробки, реалізації та розвитку бренда.
2. Філософія брендингу.
3. Конкурентний аналіз та сегментування споживачів.

=

Тема №5: Формування іміджевих стратегій бренду

Питання, які необхідно підготувати на практичне заняття:

1. Природа цілісного емоційно-образного змісту іміджу бренду
2. Критерії оцінки асоціацій бренду.
3. Створення іміджу бренду як технологічний процес.
4. Естетика бренду.

Тема №6: Стратегічні та тактичні брендові вимірювання

Питання, які необхідно підготувати на практичне заняття:

1. Визначення вимірювання бренду.
2. Визначення номінальної цінності бренду.
3. Ієрархія потреб за А.Маслоу.



Тема №7: Бренд як семіотична система

Питання, які необхідно підготувати на практичне заняття:

1. Структурні семіотичні моделі бренду.
2. Метаграфеміка брендового повідомлення.
3. Метафора, метонімія і аналогія у семіотиці бренду.
4. Бренд як соціальний міф о предметі уявлень.
5. Приклади семіотичного аналізу бренду.

Тема №8: Емоційний аспект бренду

Питання, які необхідно підготувати на практичне заняття:

1. Характеристика ідеологічного виду задоволення брендом.
2. Потенціальні психологічні переваги і недоліки.
3. Характеристика культурного виду задоволення брендом.
4. Метод категоризації брендів.

Тема №9: Бренд-менеджмент як інтегрована комунікація

Питання, які необхідно підготувати на практичне заняття:

1. Характеристика ідеологічного виду задоволення брендом.
2. Потенціальні психологічні переваги і недоліки.
3. Характеристика культурного виду задоволення брендом.
4. Метод категоризації брендів.

Тема №10: Технології та процедури неймінгу

Питання, які необхідно підготувати на практичне заняття:

1. Поняття неймінгу.
2. Складові частини неймінгу.
3. Типові конструкції назв брендів.



Тема №11: Сучасні комунікативні стратегії створення нових брендів

Питання, які необхідно підготувати на практичне заняття:

1. Основні тенденції брендингу у сучасному світі - злиття й поглинання.
2. Комунікативні бар'єри у відносинах між брендом та споживачем.
3. Американсько-європейська та азіатська моделі сучасного брендингу.

Тема №12: Бренд у медійному просторі

Питання, які необхідно підготувати на практичне заняття:

1. Брендінгові стратегії у умовах цифрових медіа.
2. Тактика брендсайта для нових медіа: проактивність бренду, інтерактивність.
3. Соціальна відповідальність бренду.

Тема №13: Діагностика та моделювання сучасних брендів

Питання, які необхідно підготувати на практичне заняття:

1. Технології оцінки вартості брендів.
2. Методи оцінки вартості брендів.
3. Базова документація та її практичне використання в брендингу.

Тема №14: Практичні інструменти промоції брендів

Питання, які необхідно підготувати на практичне заняття:

1. Структура та практичне застосування бренд-буку.
2. Розробка та практичне використання планів промоції брендів.
3. Практичні приклади реалізації кампаній із створення та промоції брендів.



Система менеджменту якості.
ПОЛОЖЕННЯ
про навчально-методичний комплекс
з навчальної дисципліни

Шифр
документа

СМЯ НАУ НМК 15.01.09-
01-2019

Стор. 6 з 6

Тема лекції 15: Стратегія формування державного бренду України

Питання, які необхідно підготувати на практичне заняття:

1. Передумови формування державного бренду України.
2. Україна у російських та західних ЗМІ.
3. Інформаційні канали просування міжнародного бренду України.
4. Стратегія просування міжнародного бренду України

Розробник викладач О.Пилип