



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

Шифр
документа

СМЯ НАУ НМК 15.01.09-
01-2019

Стор. 1 з 10

**Перелік теоретичних питань та типових завдань для розв'язку
для проведення модульної контрольної роботи
Факультет міжнародних відносин**

Кафедра _____ **реклами і зв'язків з громадськістю** _____

ЗАТВЕРДЖУЮ

Зав. кафедри _____ А. Іващук
(підпис)

(ПІБ)

« _____ » _____ 20__ р.

**МОДУЛЬНА КОНТРОЛЬНА РОБОТА № 1
з дисципліни «Брендинг»**



ВАРІАНТ № 1

1. Дайте визначення поняттю «бренд».
2. Характер бренду та його роль в формуванні іміджу торгової марки.
3. Опишіть сильні та слабкі сторони іміджевої компанії на прикладі відомого бренду.

ВАРІАНТ № 2

1. Основні поняття брендингу.
2. Процес створення бренду та формування ідеї бренду.
3. Які є відомі схеми розвитку бренду?

ВАРІАНТ № 3

1. Особливості створення іміджу і бренду на прикладі відомої мережі салонів авто.
2. Функціональні обов'язки бренд-менеджера.
3. Які фактори впливають на вибір людиною певного бренду?

ВАРІАНТ № 4

1. Сутність та зміст поняття бренду, його відмінність від торгової марки та товарного знаку.
2. Сучасні тенденції та особливості розвитку брендингу.
3. Брендінг в Україні.



ВАРІАНТ № 5

1. Зовнішні атрибути бренду. Класифікація брендів.
2. Сутність та зміст бренд-менеджменту.
3. Корпоративна культура та брендинг.

ВАРІАНТ № 6

1. Бренд-менеджер та його роль у системі корпоративного управління.
2. Брендінг в системі стратегічного управління.
3. Мотиваційний аналіз і сегментування в брендінгу.

ВАРІАНТ № 7

1. Основні моделі та принципи створення бренду.
2. Позиціонування бренду.
3. Зістарення бренда, омолодження бренду. Ребрендинг.

ВАРІАНТ № 8

1. Підходи до управління брендами.
2. Створення бренда в Інтернеті. Компоненти та стратегії.
3. Інтернет-брендинг: етапи та принципи.



ВАРІАНТ № 9

1. «Імідж бренда» визначення поняття.
2. Лояльність до брендів.
3. Фальсифікація та імітація брендів.

ВАРІАНТ № 10

1. Аудит бренду та оцінка вартості брендів.
2. Захист брендів. Світовий досвід охорони торгових марок: принципи, форми, особливості.
3. Регулювання прав інтелектуальної власності в Україні.

ВАРІАНТ № 11

1. Поняття «бренд», «брендинг», «торгова марка».
2. Модель брендингу Д. Аакера.
3. Стратегічний аналіз бренду.

ВАРІАНТ № 12

1. Позиціонування бренду. Моделі позиціонування.
2. Реалізація ідентичності бренду.
3. Вербальні ідентифікатори бренду: ім'я. Принципи неймінга.

ВАРІАНТ № 13

1. Вербальні ідентифікатори бренду: слоган.



2. Маркетингові комунікації: поняття і засоби (промоушн-мікс).
3. «Імідж бренду» визначення поняття.

ВАРІАНТ № 14

1. Візуальні ідентифікатори бренду: упаковка.
2. Чим ребрендинг відрізняється від репозиції?
3. Поняття бренду, формальні ознаки бренду.

ВАРІАНТ № 15

1. Візуальні ідентифікатори бренду: персонаж.
2. Бренд як маркетингове поняття.
3. Структура бренду.

ВАРІАНТ № 16

1. Функціональні, індивідуальні, соціальні і комунікативні якості бренду.
2. Індивідуальність бренду.
3. Атрибути бренду. Функції бренду.

ВАРІАНТ № 17

1. Зміст бренду як комунікаційного процесу.
2. Комунікативні бар'єри у відносинах між товаром і споживачем.
3. Брендінг як практика розробки, реалізації та розвитку бренду.



ВАРІАНТ № 18

1. Філософія бренду.
2. Конкурентний аналіз і сегментування споживачів.
3. Розробка концепції позиціонування бренду і фокусування маркетингових комунікацій.

ВАРІАНТ № 19

1. Розробка ідентичності бренду. Методики розробки ідентичності бренду.
2. Розробка атрибутів бренду.
3. Формальні і змістовні вимоги до імені бренду.

ВАРІАНТ № 20

1. Упаковка як найважливіший атрибут бренду, її функції.
2. Фірмова символіка в системі брендингу.
3. Способи аналізу лояльності бренду і програма формування лояльності.

ВАРІАНТ № 21

1. Заходи брендингу для посилення ринкових позицій бренду.
2. Поняття бренд-менеджменту як управління якістю бренду і маркетинговими комунікаціями.
3. Аудит бренду.



ВАРІАНТ № 22

1. Матеріальні витрати і капітал бренду, способи їх оцінки та прогнозування.
2. Особливості брендингу в комерційних структурах.
3. Причини старіння і занепаду, умови поновлення бренду.

ВАРІАНТ № 23

1. Характер бренду та його роль в формуванні іміджу торгової марки.
2. Опишіть сильні та слабкі сторони іміджевої компанії на прикладі відомого бренду.
3. Поняття бренд-менеджменту як управління якістю бренду і маркетинговими комунікаціями.

ВАРІАНТ № 24

1. Ребрендинг в процесі управління брендом.
2. Особливості брендингу в сфері освіти.
3. Особливості національного брендингу.

ВАРІАНТ № 25

1. Історія і основні поняття в галузі брендингу.
2. Основні правила створення сильних брендів.
3. Чи можна забрендувати регіон або район?



ВАРІАНТ № 26

1. Лояльність бренду: дослідження та технології формування.
2. Корпоративна і організаційна культура брендингу.
3. Брендінг в галузі культури і політики.

ВАРІАНТ № 27

1. Правовий захист бренду: міжнародна та українське законодавство.
2. Процедура реєстрації товарного знаку.
3. Креативна концепція бренду: структура та завдання.

ВАРІАНТ № 28

1. Репутація компанії: сутність та принципи формування.
2. Наймінг: принципи та методи.
3. Особливості просування національних брендів

ВАРІАНТ № 29

1. Тенденції в розвитку брендів на ринку України.
2. Ключові принципи конкурентоспроможного брендингу.
3. Стереотипи споживачів і брендбїлдінг

ВАРІАНТ № 30

1. Формування лояльності до бренду: принципи та методи.



2. Сутність брендингу та торговельної марки.
3. Тенденції в розвитку світового ринку реклами: особливості брендування.

ВАРІАНТ № 31

1. Відмінності між товарним знаком і брендом.
2. Вартість бренду: сутність та методи розрахунку.
3. Моделі бренду.

ВАРІАНТ № 32

1. Класифікації брендів.
2. Оцінка комерційного потенціалу бренду.
3. Ребрендинг: завдання, принципи, методи.

ВАРІАНТ № 33

1. Архітектура брендів.
2. Фокус-групи і їх застосування в тестуванні концепції брендингу.
3. Бренд-бук як інструмент ідентифікації бренду

ВАРІАНТ № 34

1. Правові основи брендингу: закони про охорону торгових марок (Англія, Євросоюз, США, Росія), реєстрація товарного знаку
2. Роль бренду в культурі і освіті
3. Упаковка як найважливіший атрибут бренду, її функції.



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

Шифр
документа

СМЯ НАУ НМК 15.01.09-
01-2019

Стор. 10 з 10

ВАРІАНТ № 35

1. Особливості брендингу в сфері освіти.
2. Неймінг: принципи та методи.
3. Фокус-групи і їх застосування в тестуванні концепції брендингу.

ВАРІАНТ № 36

1. Основні правила створення сильних брендів.
2. Бюджет медіа-плану по просуванню бренду
3. Репутація компанії: сутність та принципи формування

Розробник викладач О.Пилип