**Практичне заняття № 15**

**Тема 15. Стратегічні бренд-комунікаційні кампанії.**

1. Поняття про бренд, створення цінності бренду.
2. Корпоративна цінність бренду.
3. Споживацька цінність бренду.
4. Планування бренд-комунікаційної кампанії.
5. ПР як елемент ефективної інтегрованої бренд-комунікаційної кампанії.

Практичне завдання 15

*Ознайомитися зі змістом ресурсу:*

«Самые успешные PR-кампании в мировой практике Пер. с англ. М.: Консалтинговая группа «ИМИДЖ-Контакт» ИНФРА-М, 2002. (Серия «Современные консалтинговые технологии»)». URL: http://pr.pstu.ru/wp-content/uploads/2013/11/Самые-успешные-PR-кампании-в-мировой-практике.pdf

*Обрати одну із успішних ПР-кампаній (Coca-Cola, VISA, Maxwell House, Kodak, Barbi, Levi's та ін.) та підготувати презентацію державною мовою ( 10-12 слайдів)*

Література

1. Бастін С. PR для малого бізнеса. Київ: Олімп- Бізнес, 2016.128 с.
2. Королько В. Г., Некрасова О.В. Зв’язки з громадськістю. Наукові основи, методика., практика: підр. для студ. вищих навч. закладів. Київ: Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2009. 831 с.
3. Королько В.Г. Основы паблик рилейшнз. Київ: «Ваклер» 2000. 528с.
4. Курбан О. В. PR у маркетингових комунікаціях: навчальний посібник. Київ : Кондор, 2016. 246 с.
5. Майданюк І. PR навчального закладу від А до Я. иїв: Шкідьний світ, 2016. 144 с.
6. Ромат Є. В. Зв'язки з громадськістю (базовий курс): навчальний посібник. Київ, 2016. 284 с.
7. Тихомирова Є. Б. Зв'язки з громадськістю [Електронний ресурс]: навч. посіб. Київ: НМЦВО, 2001. 580 с.
8. Шевченко О. В., Яковець А. В. PR: теорія і практика. Підручник. Київ: Бізнесполіграф, 2011. 464 с.