

Питання на екзамен

1. Співвідношення термінів бренд, товарна марка та товарний знак. Визначення бренда.
2. Види брендів.
3. Атрибути бренда.
4. Змістовні вимоги до імені бренда.
5. Ідентичність бренда.
6. Етапи створення імені бренда.
7. Бренд-неймінг.
8. Сутність методики «Колесо бренда».
9. Бренд-бук.
10. Архітектура брендів.
11. Цінності бренда.
12. Сутність стратегій House of Brands (будинок брендів) і Branded House (будинок-бренд).
13. Визначення позиціонування бренда.
14. Стратегії розвитку бренда.
15. Основні задачі та правила позиціонування бренда.
16. Модель Brand Dynamics розвитку бренда.
17. Процес позиціонування бренда.
18. Модель Brand Assets Valuator оцінки вартості бренда.
19. Позиціонування бренда на міжнародних ринках.
20. Модель Brand Equity Ten оцінки вартості бренда.
21. Сутність бренд-менеджменту.
22. Оцінка вартості брендів.
23. Портфель брендів.
24. Поняття та сутність марочного капітала, фактори його оцінки.
25. Сутність стратегії репозиціонування бренда.
26. Сутність стратегії унікального позиціонування бренда.
27. Сутність міжкультурного позиціонування бренда.
28. Аудит бренда.
29. Помилки при позиціонуванні бренда.
30. Етапи позиціонування бренда.
31. Переваги використання бренда.
32. Функції бренда.
33. Стандарти розробки брендбука.