Питання до заліку

1. Охарактеризуйте поняття бренда, товарної марки, брендингу і бренд-менеджменту.
2. Як здійснюється трансформація товарної марки у бренд?
3. Поясніть значення брендів у маркетинговій діяльності підприємства.
4. Розгляньте основні види брендів. Поясніть сутність кожного з них. Який існує між ними зв’язок?
5. Назвіть параметри формування іміджу бренда.
6. Визначте складові елементи бренда.
7. Назвіть переважні компонентів впливу на формування бренда.
8. Виділіть основні канали комунікації для розповсюдження брендів.
9. Поясніть сутність дослідження сприйняття бренда цільовою аудиторією.
10. Назвіть чинники ідентифікації брендів.
11. Поясніть сутність дослідження конкурентного середовища у бренд-менеджменті підприємства.
12. Поняття піару, визначення та їх сутність.
13. Паблісіті, реклама і PR.
14. Відмінності PR від пропаганди та реклами.
15. Комунікаційне управління брендом.
16. «Чорний PR»: методи атаки та методи захисту.
17. Поняття, умови, цілі PR-стратегії для підприємств туристичної галузі й індустрії гостинності.
18. Планування PR-кампанії туристичного підприємства (підприємства гостинності).
19. Мета та завдання PR.
20. Внутрішній і зовнішній PR.