**Заняття № 6**

**Тема:** Брендинг сучасного видавництва.

1. Визначення сутності та ролі брендингу у видавництві

2. Основні компоненти бренду

3. Інструменти просування бренду

4. Особливості формування брендингових стратегій

5. Ребрендинг видавництва

**Практичне завдання 1.** Підготувати презентацію на тему «Мерч як інструмент просування сучасного видавничого бренду».

**Практичне завдання 2.** Проаналізувати 1 приклад ребрендингу у видавничо-комунікаційній діяльності. Подати у вигляді презентації.

**Література**

1. Єжижанська Т. С. Бренд видавництва як продукт комунікації Наукові записки [Української академії друкарства]. - 2017. - № 1. - С. 238–248.

 <http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nz_2017_1_31>

1. Королюк Н. Я Дослідження практики використання брендів видавництвами *. Вісник ОНУ*. 2015. Т.20. Вип. 4. С. 100-104
2. Королюк Н. Я. Особливості формування та просування видавничого бренду. *Наукові записки [Української академії друкарства]*. Серія : Економічні науки. 2015. № 2. С. 78-86. <http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nzec_2015_2_12>
3. Теремко В. Видавничий маркетинг К. : Академвидав, 2009. С. 248-252, 261. <https://social-science.uu.edu.ua/article/348>

8.Махнуша С. РЕБРЕНДИНГ ЯК ЗАСІБ ТРИВАЛОГО ІСНУВАННЯ КОМПАНІЇ НА РИНКУ <https://mmi.sumdu.edu.ua/wp-content/uploads/mmi/volume-2-issue-3-part-2/mmi2011_3_2_143_150.pdf>

9.Управління брендом <https://emsider.ua/brending-upravlinnja-brendom/>

10.Єжижанська Т. БРЕНД-КОМУНІКАЦІЯ ВИДАВНИЦТВ НА УКРАЇНСЬКОМУ КНИЖКОВОМУ РИНКУ <https://elibrary.kubg.edu.ua/id/eprint/47937/1/T.%20Yezhyzhanska_BC_KNU_2023.pdf>

11.Бренд-комунікації: проблеми та рішення. Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції 25 травня 2023 р. / Київський національний університет імені Тараса Шевченка. Київ: ННІЖ КНУ імені Тараса Шевченка, 2023. 273 с. <http://journ.univ.kiev.ua/nauka1/wp-content/uploads/2023/11/Brand-communications-conference.pdf>

12.Карпета С. КОМУНІКАЦІЙНІ ІНСТРУМЕНТИ РОЗБУДОВИ БРЕНДА ВИДАВНИЦТВА «ОСНОВИ» <https://intcom.kubg.edu.ua/index.php/journal/article/view/110/91>

13.Подоляка Н. МЕРЧ ЯК АТРИБУТ ВИДАВНИЧОГО БІЗНЕСУ <http://baltijapublishing.lv/omp/index.php/bp/catalog/view/77/1834/4026-1>