Практичне заняття 16

**Тема: Брендинг. Неймінг**

Завдання 1.

Наведіть приклади основних елементів системи ідентичності брендів на прикладі брендів BMW, Intel, Apple.

Врахуйте такі елементи ідентичності брендів:

* Візуальні
* Аудіальні
* Поведінкові

Завдання 2.

Знайдіть в наступних назвах брендів імена їх засновників: Adidas, Ariston, Audi, Bic, Brooke, Ebel, Mazda, Revlon, Yamaha. Наведіть аналогічні приклади з українського брендингу.

Завдання 3.

Назвіть імена брендів, які з часом стали застосовуватися як назви товарів всієї товарної категорії (подібно до Хегох, Pampers).

Завдання 4.

Журнал «Маркетинг в Україні», як і його конкуренти на ринку ділових журналів, прагне посилювати присутність свого (реального) бренду в Інтернет. Які вигоди повинен забезпечити споживачам такий онлайновий журнал? На Ваш погляд, чи буде це рішення впливати на капітал бренду Маркетинг в Україні? І якщо так, то яким чином?

Питання для доповідь:

1. Поясніть категорію Brand Loyalty та поясніть яким чином можливо виміряти та підсилити лояльність цільової аудиторії до бренду.
2. Охарактеризуйте поняття Brand Power.
3. За допомогою мережі Інтернет підготуйте приклади
4. персонального (особистого) брендингу. Чому, на Вашу думку, зростає актуальність особистого брендингу?
5. Охарактеризуйте емоційні вигоди бренду.