

Київський столичний університет імені Бориса Грінченка
Факультет журналістики
Кафедра реклами та зв'язків з громадськістю

ПРОГРАМА ЕКЗАМЕНУ
з дисципліни «Брендинг»

Курс III (5 семестр)

Спеціальність: 061 «Журналістика»

Освітня програма: 061.00.02 «Реклама і зв'язки з громадськістю»

Рівень вищої освіти: перший (бакалаврський)

Форма проведення: тестування (40 питань)

Максимальна кількість балів – 40 балів, а саме:

Опис: на екзамені з дисципліни «Брендинг» студентам пропонується виконати 40 завдань закритого типу, де правильна відповідь одного тестового завдання оцінюється 1 балом;

Критерії оцінювання:

36-40 балів – «відмінно»: безпомилкові і повні відповіді на теоретичне питання та практичне завдання та закриті і відкриті тестові завдання (не менше 90% потрібної інформації);

30-35 балів – «добре»: достатньо повні і з незначними помилками відповіді на теоретичне питання та практичне завдання та закриті і відкриті тестові завдання (не менше 75% потрібної інформації);

25-29 балів – «задовільно»: неповні і з помилками відповіді на теоретичне питання та практичне завдання та закриті і відкриті тестові завдання (не менше 60% потрібної інформації);

1-24 балів – «незадовільно»: недостатні і незадовільні, з суттєвими помилками відповіді на теоретичне питання та практичне завдання та закриті і відкриті тестові завдання (менше 60% потрібної інформації).

Орієнтовний перелік питань до тестових завдань

1. Назвіть стадії життєвого циклу бранда і продукції, пропонованої під цим брандом.
2. Опишіть, що таке індивідуальність бранда.
3. Перелічіть типові архетипи, використовувані у брандингу.
4. Опишіть модель планування ідентичності бранда.
5. Вкажіть аспекти ідентичності бранда та опишіть, що таке стрижнева та розширена ідентичність бранда.
6. Перелічіть типові помилки при створенні системи ідентичності бранда.
7. Опишіть, що таке множинна ідентичність бранда і суббрандів, які вони мають переваги і недоліки.
8. Назвіть відмінності між державним, політичним, комерційним та соціальним брандами та вкажіть їх різновиди.
9. Опишіть типологію комерційних брандів.
10. Назвіть атрибути бранда і вимоги до них.
11. Опишіть архітектуру брандів за класифікацію Ж.-Н. Капферера та К.Келлера.
12. Опишіть поняття «портфель бранда» та його структуру. Визначте яка роль брандів в портфелі.

13. Опишіть, що таке капітал бренда і які є інструменти управління ним.
14. Назвіть зарубіжні та вітчизняні моделі бренда: побудови, визначення вартості та управління.
15. Розкрийте суть основних законів брендингу.
16. Перелічіть, які є аналітичні процедури в брендингу.
17. Вкажіть компоненти якості бренда: функціональні, індивідуальні, соціальні, комунікативні.
18. Розкрийте зміст трикутника 3і (імідж, індивідуальність, цілісність): «бренд – позиціювання – диференціація».
19. Назвіть види іміджу бренда: внутрішній та зовнішній; дзеркальний, реальний, бажаний, ідеальний та ін.
20. Назвіть основні види позиціювання і репозиціювання.

Програма екзамену розглянута і затверджена на засіданні кафедри реклами та зв'язків з громадськістю, протокол № 4 від 06 листопада 2024 р.

Екзаменатори
Завідувач кафедри

доцент Щегельська Ю.П
професор Новохатько Л. М.