

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 бренда і продукції, пропонуваної під цим брендом.
2. Опишіть, що таке індивідуальність бренда.
3. Перелічіть типові архетипи, використовувані у брендингу.
4. Опишіть модель планування ідентичності бренда.
5. Вкажіть аспекти ідентичності бренда та опишіть, що таке стрижнева та розширена ідентичність бренда.
6. Перелічіть типові помилки при створенні системи ідентичності бренда.
7. Опишіть, що таке множинна ідентичність бренда і суббрендів, які вони мають переваги і недоліки.
8. Назвіть відмінності між державним, політичним, комерційним та соціальним брендами та вкажіть їх різновиди.
9. Опишіть типологію комерційних брендів.
10. Назвіть атрибути бренда і вимоги до них.
11. Опишіть архітектуру брендів за класифікацію Ж.-Н. Капферера та К.Келлера.

12. Опишіть поняття «портфель бренда» та його структуру. Визначте яка роль брендів 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 3 «і» (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 складена доцентом Щегельською Ю. П.; розглянута і затверджена на засіданні кафедри реклами та зв'язків з громадськістю, протокол № 5 від 17 листопада 2025 р.

Екзаменатор
Завідувач кафедри

викладач Орленко О. С.
професор Новохатько Л. М.