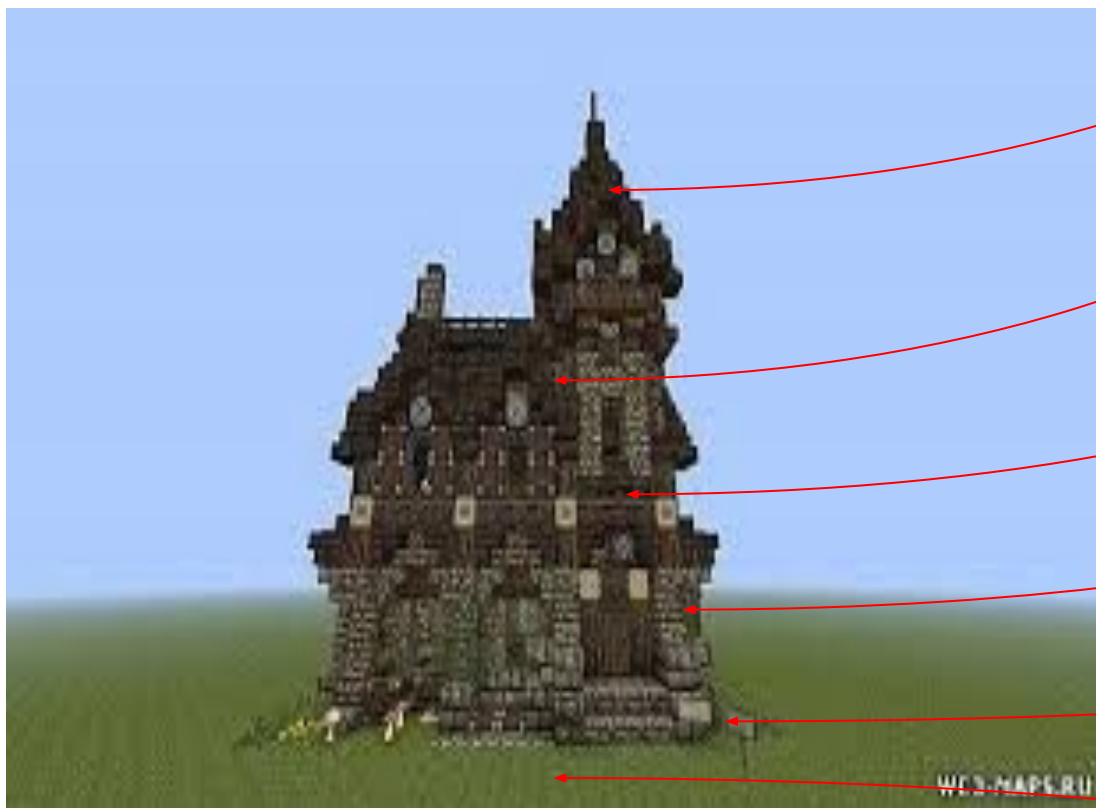


Модульна робота 2

Завдання 1. Описати архітектуру бренду.
(бренд для опису обрати відповідно до останньої цифри за номером списку) 5 бал



ВІДЧУТТЯ ВІД БРЕНДУ

Реалізація

ПЛАТФОРМА БРЕНДУ

Виправдання очікувань

СТІНИ

Додаткові категорії

ОСНОВНІ КОЛОНИ

Основні категорії

ФУНДАМЕНТ

Очікування покупців

ГРУНТ

Завдання 2. Описати основні етапи процесу переконання споживача (розробити план і прогноз від бренду) за моделлю В. Мак-Гуайра (бренд для опису обрати відповідно до останньої цифри за номером списку) 10 балів

- ✓ **Демонстрація.** Людина повинна мати можливість бачити або чути певну інформацію.
- ✓ **Привернення уваги.** Людина має звернути увагу на отриману інформацію.
- ✓ **З'ясування суті інформації.** Необхідно зрозуміти сутність повідомлення чи певних аргументів.
- ✓ **Оцінка змісту інформації.** Споживач повинен сприятливо віднестись до звернення або аргументів.
- ✓ **Формування намірів.** Людина має створити план дій.
- ✓ **Відповідна реакція.** Потрібно виконати конкретні дії.

**Завдання . Побудувати асоціативну сітку бренду.
(бренд для опису обрати відповідно до останньої цифри
за номером списку) 5 балів**

Побудувати асоціативну сітку бренду.

Асоціація
1 рівня

Асоціація
2 рівня

Асоціація
3 рівня

БРЕНД →

Асоціація →
1 рівня

Асоціація →
2 рівня

Асоціація →....
3 рівня

Асоціація
1 рівня

Асоціація
2 рівня

Асоціація
3 рівня

Бренд для опису обрати відповідно до останньої цифри за номером списку

0. Барні
- 1.Яготинське для дітей
- 2.Комо
- 3.Nesquik
- 4.Raffaello
- 5.Мівіна
- 6.Чумак
- 7.Ласунка
- 8.Bonduelle
- 9.Олейна