

# Основы брендинга

---

## Занятие № 22

Презентация разработки СТЗ

**Выбрать из предложенных наименований торговой марки продукции два основных варианта СТЗ.**

**Необходима аргументация!!!**

**Например, соответствие обязательным и желательным требованиям к СТЗ.**

**Но возможны и другие критерии оценки СТЗ.**

# Обязательные требования к СТЗ

---

1. Легко ли наименование читается?
2. Благозвучно ли наименование?
3. Нет ли нежелательных ассоциаций и двусмысленности в наименовании?
4. Однозначно ли наименованию читается?
5. Не смешивается наименование ли с похожими наименованиями из той же товарной категории?
6. Хорошо ли запоминается наименование?
7. Воспринимается ли на слух как наименование?

# Желательные требования к СТЗ

1. Наименование должно транслировать положительную эмоцию.
2. Наименование должно нести уникальный образ и иметь рекламную глубину.
3. Наименование должно учитывать стереотипы потребителей.
4. У наименования должна быть хорошая фоносемантика (только для неологизмов).
5. У наименования должна быть хорошая согласованность эмоционального впечатления и смыслового значения.
6. В наименовании должно быть согласованное воздействие звука и образа (симпиптизм).
7. Наименование должно быть понятным целевой аудитории.
8. В наименовании должна быть связь с товарной категорией.
9. Наименование должно быть связано с марочной концепцией.
10. Наименование должно быть коротким.

---

**Разработка  
словесного товарного знака для  
супермаркета строительных и  
отделочных материалов**

**Заказчик: ОАО «Пирамида»  
Разработка: РГ «М&Ф»**

**Один основной вариант СТЗ торговой марки продукции прописать по нижеописанной схеме.**

- 1. Отрисовка логотипа**
- 2. Отрисовка фирменной эмблемы.**
- 3. Основные критерии оценки (почему этот СТЗ лучше других из ранее предложенного списка).**
- 4. Рациональная составляющая.**
- 5. Эмоциональная составляющая.**
- 6. Ассоциативный ряд.**
- 7. Оценка рекламного потенциала.**

# Домашнее задание № 10

Два основных варианта СТЗ торговой марки продукции и два основных варианта СТЗ торговой марки услуги прописать по нижеописанной схеме.

1. Отрисовка логотипа.
2. Отрисовка фирменной эмблемы.
3. Основные критерии оценки (почему этот СТЗ лучше других из ранее предложенного списка).
4. Рациональная составляющая.
5. Эмоциональная составляющая.
6. Ассоциативный ряд.
7. Оценка рекламного потенциала.

*Примечание. При прописке СТЗ не стоит быть лаконичным. Главное – сдать СТЗ заказчику!*

---

**Удачи!**

**Можно задавать вопросы.**