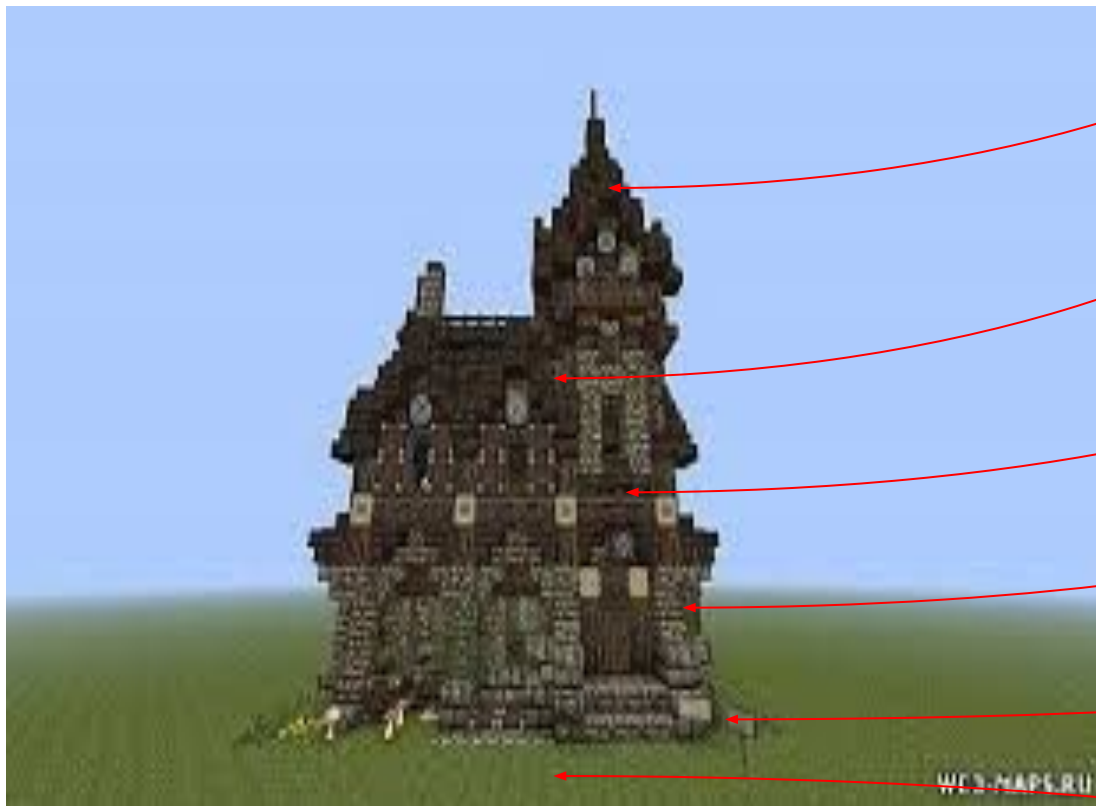


Модульна робота 2

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

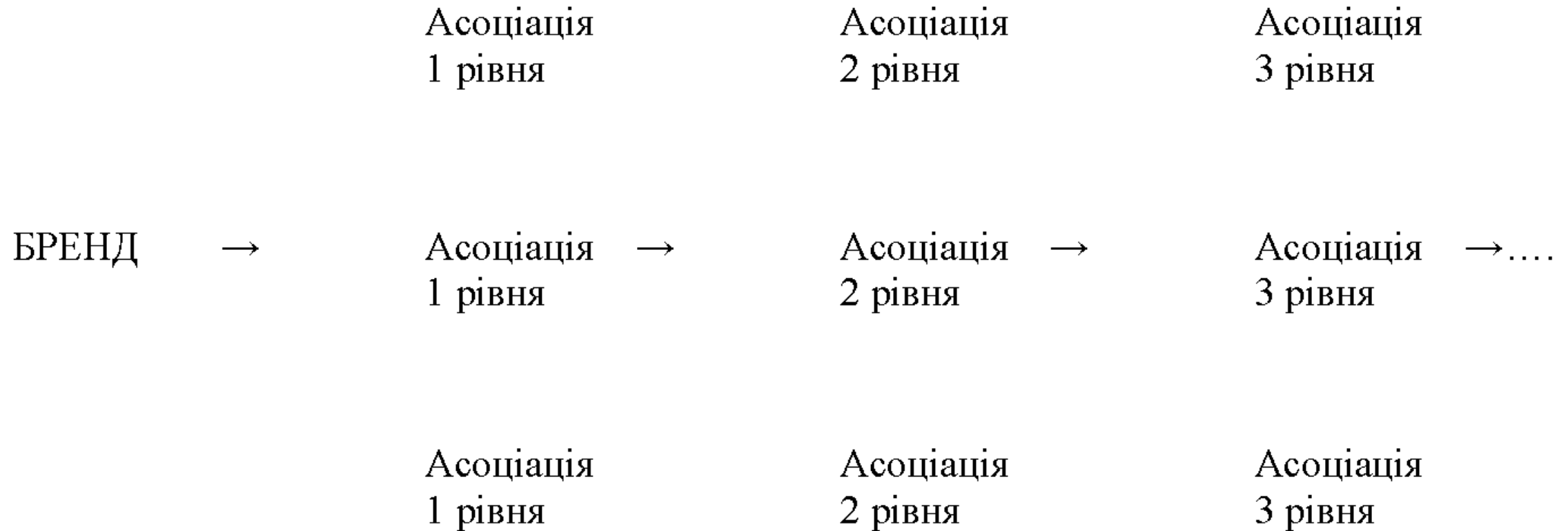
ГРУНТ

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.



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