

Brand Building

CÍLE KURZU

- Umět identifikovat publikum pro které budete značku
- Zvolit vhodná média pro brandbuilding
- Tato média aktivně využít a realizovat kampaň
- Pracovat s rozpočtem - tak aby to bylo reálné a v možnostech zadavatele

JAK BUDE KURZ HODNOCEN

Výstupem je skupinová prezentace brandbuildingové strategie vymyšlené značky

- do poloviny kurzu se rozdělíte do skupinek 4 - 5 lidí
- sedmou přednášku mi tyto skupinky ukáží záměr
- poslední dvě přednášky věnujeme prezentacím vašich skupinek (k tomu dostanete můj feedback a věřím že i feedback ostatních studentů)
- na základě úspěšné prezentace vám napíšu zápočet

PRINCIPY

- Chci aktivní studenty - součástí kurzu jsou vlastní prezentace, práce ve skupinách.
- Zpětná vazba - chci abychom si společně rozebrali všechny případové studie a společně dali zpětnou vazbu vašim prezentacím
- Práce ve skupinách - najdeme silnou stránku každého z jednotlivých skupin, reklama je týmová práce
- Prezentace - chtějte v tom být skvělí, je to velmi důležité při prosazování komunikačních strategií

Očekávání

TÉMA

1. PROČ BUDOVAT ZNAČKU
2. BRAND GAP
3. ZAČNĚTE S PROČ
4. BUĎTE CHARAKTERISTIČTÍ
5. KREATIVA
6. BOURÁNÍ BARIÉR

TÉMA

7. VAŠE DRAFTY - CVIČENÍ

8. KONZISTENCE

9. PŘÍLEŽITOST - REAKTIVNÍ KOMUNIKACE / VIRÁL

10. RŮST A MĚŘENÍ / JAK SESTAVIT BUDGET

11. NAUČTE SE PREZENTOVAT

12. ZÁVĚREČNÉ PREZENTACE

13. ZÁVĚREČNÉ PREZENTACE

CASE STUDIES

- Marketing v době koronaviru
- Proč se v krizové době vyplatí nestahovat kalhoty

CASE STUDIES

- Hackathon #znamkamarada
- Royal Crown Cola - Slow is the way to go
- Věda do Tibetu

Literatura

- Keller, Kevin Lane: Strategické řízení značky
- Aaker, David A.: Brand Building: budování značky
- Sinek, Simon: Začněte s PROČ
- Ogilvy, David: O reklamě
- Young, Miles: O reklamě v digitálním věku
- Sharp, Byron: Jak se budují značky
- Kotler, Phillip: Marketing Management
- Neumeier, Marty: The Brand Gap
- Kleinová, Naomi: Bez loga
- Kahneman, Daniel: Myšlení, rychlé a pomalé
- Anderson Chris: Přednášejte jako na TEDu
- Thomsson, Derek: Hitmakeři
- Shotton, Richard: Anatomie rozhodování
- Mayer-Schönberger, Viktor: BIG Data
- Ariely, Dan: Jak drahé je zdarma
- Berger, Jonah: Jak stvořit pecku na trhu

DOPORUČENÁ KNIHA

Kahneman, Daniel: Myšlení, rychlé a pomalé