**Перечень опорных вопросов к зачёту и рубежному контролю**

1. Понятие «бренд», история создания брендинга.
2. Понятие «нейминг», создание имени брнда.
3. Понятия «логотип» и «слоган».
4. Проверка и регистрация товарного знака.
5. Управление бренда.
6. Цели брендинга.
7. Этапы брендинга.
8. Бренд-имидж.
9. Создание комплекта документов бренда.
10. Понятие «бренд-бук».
11. Понятие «гадлайн».
12. Конструктивные элементы брендинга.
13. Визуальный стиль бренда.
14. Рекламные персонажи и символы.
15. Сквозная рекламная идея брендинга.
16. Что есть мерчендайзинг?
17. Кто такие мерчендайзеры?
18. Правила расстановки товара в пространстве магазина: прием 1.
19. Правила расстановки товара в пространстве магазина: прием 2.
20. Правила расстановки товара в пространстве магазина: прием 3.
21. Правила расстановки товара в пространстве магазина: прием 4.
22. Правила расстановки товара в пространстве магазина: прием 5.
23. Мерчендайзинг непродовольственных товаров.
24. Расположение выставочных товаров.
25. Предпочтения покупателей.
26. Основные принципы дизайна витрин.
27. Классификация витрин по расположению на фасаде.
28. Классификация витрин по степени открытости.
29. Приемы освещения витрин.
30. Материалы для создания экспозиционной витрины.
31. Методы оформления витрины магазина.
32. Основные правила оформления витрин.
33. Виды упаковок для разных товаров.
34. Материалы применяемые для упаковки товара.
35. Дизайн-решение упаковки.
36. Что такое визуальная идентичность?
37. Фирменная канцелярия.
38. Дизайн решение фирменного логотипа.
39. Дизайн решение фирменной эмблемы.
40. Связанные идентичности.
41. Палитра бренда.
42. Обложка и разворот журнала, оглавление.
43. Театральная продукция.
44. Оформление музыкальной продукции.
45. Базовая схема устройства подиума.