



C E M I

CENTRAL EUROPEAN MANAGEMENT INSTITUTE

BRANDING A KOMUNIKAČNÍ STRATEGIE

Mgr. Lenka Frýda

CO ZÍSKÁTE STUDIEM A ABSOLVOVÁNÍM TOHOTO PŘEDMĚTU

Studiem tohoto předmětu získáte možnost seznámit se s tematikou budování silných značek a tvorby komunikačních a obsahových strategií. Nezbytnou podmínkou budování značky je dobře pochopit její podstatu, hodnoty a fungování. Během studia tyto principy ovládnete a naučíte se je aplikovat v praxi. Po absolvování budete schopni například vytvořit efektivní komunikační strategii s využitím vhodných komunikačních kanálů pro danou cílovou skupinu, napsat a zpracovat kvalitní zadání pro agenturu či výběrové řízení, nebo využít poznatků archetypů pro budování značky.

Studiem tohoto předmětu dále získáte především možnost průběžně **konzultovat reálné problémy, případy a situace z vaší praxe** s lektorem – **expertem na danou problematiku**, a v rámci těchto konzultací pod jeho odborným vedením **zpracovat jejich řešení formou prakticky orientované případové studie** (seminární práce). Díky tomu, že konzultace neprobíhají skupinově, ale pouze přímo mezi vámi a lektorem, **můžete konzultovat i citlivé firemní záležitosti**, včetně konkrétních dat atd., bez obav ze sdílení těchto údajů s dalšími studenty.

Výstupem po absolvování tohoto předmětu je tedy cenný dokument ihned dále použitelný ve vaší firmě či zaměstnání, s vysokou přidanou hodnotou díky one-to-one konzultacím s odborníkem.

PŘÍKLADY OBLASTÍ A TÉMAT, V NICHŽ MŮŽETE S LEKTOREM/LEKTORKOU KONZULTOVAT

- Pozice značky – návrh a tvorba základních pilířů značky pro firmu
- Archetypy – druhy a funkce 12 archetypů v marketingu – archetypy jako vnitřní vodítka pro budování identity a silného příběhu značky
- Logo a vizuální identita – význam loga v kontextu komunikace
- Korporátní identita
- Brief – jak vybrat vhodného grafika, studio či agenturu – správné zpracování zadání, briefu
- Další témata v rámci odborné působnosti lektora, po vzájemné dohodě

ZPŮSOB ABSOLVOVÁNÍ PŘEDMĚTU

Předmět je zakončen zpracováním **seminární práce**, v níž student **řeší konkrétní téma ze své praxe**, týkající se daného předmětu, případně **některé z modelových témat připravených lektorem** (viz níže). Seminární práce je zpracovávána v rozsahu **7-10 stran formátu A4**, z toho se musí jednat alespoň o **8 normostran textu**. Seminární práce je lektorem ohodnocena procentuálně, přičemž **50 % a více** znamená **úspěšné absolvování daného předmětu**.

MODELOVÁ TÉMATA SEMINÁRNÍ PRÁCE

1. Rebranding značky

2. Komunikační strategie pro značku XY

3. Online marketingová strategie sociální sítě LinkedIn pro B2B



C E M I

CENTRAL EUROPEAN MANAGEMENT INSTITUTE

4. Návrh brand manuálu vizuální identity firmy XY/ značky XY
5. Využití archetypů v tematizacích reklamních sdělení
STUDIJNÍ LITERATURA A DALŠÍ ZDROJE
Podpůrné studijní materiály zpracované lektorem (k dispozici online ve studijním systému)
Elektronické knihy z online knihovny Bookport od nakladatelství Grada (Autor. Název, vydavatelství, rok vydání, ISBN):
Vysekalová, Jitka – Mikeš Jiří: Reklama. Jak dělat reklamu, Praha, 4. aktualizované vydání (Online ZDE)
KOZEL, Roman, Lenka MYNÁŘOVÁ a Hana SVOBODOVÁ. Moderní metody a techniky marketingového výzkumu. Praha: Grada, 2011. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-3527-6. (Online ZDE)
VYSEKALOVÁ, Jitka. Emoce v marketingu: jak oslovit srdce zákazníka. Praha: Grada, 2014. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-4843-6. (Online ZDE)
Ostatní studijní literatura (Autor. Název, Vydavatelství, Rok vydání, ISBN):
Mark, M. Pearson, C. S. Hrdina nebo psanec, Brno: Bizbooks, 2012, 979-80-265-0027-8
Marty Neuemeier – Brand Gap, Praha, AnFas, s.r.o., ISBN – 978-80 – 254 – 2 150 -5
Michelle Loosekoot, Eliška Vyhnánková – Jak na síť, Malevil, ISBN – 979 – 80-7555-084-2
Ostatní užitečné zdroje (videomateriály, online profesní skupiny, blogy, diskuse atd.):
PAVLINA_SPEAKS- blog, texty, newsletter Pavlína Louženské, která firmám pomáhá predikovat trendy
#Holkymarketingu / PLATFORMA NEJEN PRO HOLKY www.holkymarketingu.cz
Eliška Vyhnánková – podcast Jak na síť
www.mediaguru.cz