


Авторы: Бельды Наталья, ученица 9 кл. (VIII вида); Галочкин Алексей, ученик 6 кл. (VIII вида); Воронина Светлана, ученица 6 кл. (VIII вида); Кузминская Виктория, ученица 6 кл. (VIII вида); Швец Анастасия, ученица 6 кл. (VIII вида).

Руководитель: педагог-психолог Паскал Виктория Викторовна.


# Профессия - «Бренд-менеджер»




The background features a vertical strip of autumn leaves in shades of red, orange, and yellow on the left side. Below this strip, there is a stack of three books (blue, green, and white) with a red apple on top. To the left of the books is a pink school bag with a black handle and a red pencil case with two pencils. The rest of the background is white.

Работник, цель деятельности  
которого – создание  
торговых марок  
продвижение на рынке.




The background features a grid pattern on the left side, transitioning into a dense field of autumn leaves in shades of red, orange, and yellow. In the bottom-left corner, there is a pink school bag with a black handle, a stack of three books (blue, green, and white covers), and a red apple. The text is positioned in the upper right quadrant of the image.

Бренд – это торговая марка, хорошо известная потребителю, это то название производителя которое хорошо знакомо покупателям и обеспечивают повышенный интерес на соответствующую продукцию. Всем известны, например, такие бренды как *Coca-Cola*, *Sony* или *Adidas*.

The background features a grid pattern transitioning from dark red on the left to white on the right. A vertical border of autumn leaves in shades of red, orange, and yellow runs down the left side. In the bottom left corner, there is a pink school bag, a stack of three books (blue, green, and white covers), and a red apple. The text is written in a bold, red, sans-serif font.


Помимо названия бренды включают и легко узнаваемый набор внешних признаков, определенную символику, например, логотип и определенные сочетания цветов. Бренды позволяют повысить спрос и успешно продать товар по более высокой цене, чем у конкурентов. Это достигается из-за ярких и запоминающихся торговых марок, создания девизов-слоганов (типа «Чистота – чисто *Tidel*»).



The background features a grid pattern on the left side, transitioning into a dense field of autumn leaves in shades of red, orange, and yellow. In the bottom-left corner, there is a pink school bag with a black handle, a stack of three books (blue, green, and white covers), and a red apple. The text is centered in the upper right quadrant.

Бренд-менеджеры занимаются определением целевой аудитории продукта (на каких конкретно потребителей он рассчитан), построением продуманной рекламной кампании, работой с торговыми организациями, чтобы предложить соответствующую продукцию.



The background features a grid pattern on the left side, transitioning into a white area with scattered autumn leaves in shades of red, orange, and yellow. In the bottom left corner, there is a pink school bag, a stack of three books (blue, green, and white covers), and a red apple.

Чтобы стать бренд-менеджером,  
желательно иметь высшее  
экономическое образование,  
опыт работы в области  
торговли или рекламы.  
Человек должен быть:  
коммуникативным и обладать  
творческими способностями.





**Какую можно придумать рекламу  
этому товару...**