

## ***Міжнародний круглий стіл «Бренд-менеджмент: сучасні інновації, тенденції та міжнародні практики»***

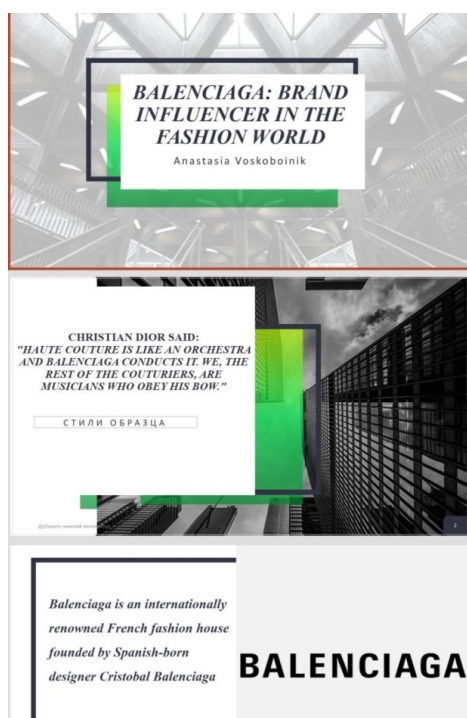
profit, as well as an annual increase in profit by 20-22%. The creation of companies and the development of their history is fascinating. The products of corporations are designed for popular sports and sports lifestyle. Patented technologies are developed in special departments of companies. Corporations create and accumulate their technological base. Diversity of the range of products with new additions every week. Popular models are not forgotten over time, but their remakes are released, companies are no strangers to collaborations and launching lines (models are updated in color). Both companies are developing new products, combining technologies that have already gained popularity among models.

Both companies are developing new products, combining technologies that have already gained popularity among models. Often the novelty is collected as a designer, assembling the running technology in a new silhouette. The main focus is on marketing. Innovation is in second place. The example of the football market clearly shows the real share of new products in the huge range of products that fill the shelves of Adidas and Nike. Among the usual packs, various updates, remakes and similar "novelties" there will be very few really new ones.

***Anastasia Voskoboinik***

Scientific adviser: Doctor of Philosophy ***Oksana Petinova***.

### **Balenciaga is a brand of influencer in the world of fashion**



Christian Dior once said: «*High fashion is like an orchestra, and Balenciaga conducts it. We, the rest of the couturiers, are musicians, submissive to his bow*».

Balenciaga is a world-famous French fashion house founded by Spanish-born designer Cristobal Balenciaga. The fashion designer had a reputation as an uncompromising couturier and was called by Christian Dior "the master of all". The Cristobal Balenciaga Fashion House was founded in 1914. Soon, the Spanish royal family itself began to order costumes from him. Guerrilla marketing is a broad term, but, roughly speaking, these are non-traditional and low-budget marketing campaigns. In the case of Balenciaga, some of the brand's items are an advertising campaign in and of themselves. The scheme is very simple: you see an item that does not

fit into our idea of clothes or this brand at all. He is so ridiculous that he spawns an avalanche of jokes and memes and thus receives a lot of attention.

That attention translates into new shoppers who visit Balenciaga's website or search for the brand at third-party retailers, thinking they'll see something else crazy, only to find something really interesting as a result. In the ideal case, the outrageous thing itself not only draws attention to the brand, but also becomes successful, giving rise to a full-fledged trend, as happened with the Triple S sneaker model.

With the skyrocketing popularity of streetwear, old fashion houses have finally realized that in order to remain significant, they need to be in demand among young people. So far, only Balenciaga has had the courage to hire a new wave designer as creative director and give him full creative freedom.

***Тубензеле Вероніка***

Науковий керівник: доц. **Рибка Н.М.**

### **Супер-бренд –English**

Англійська мова є глобальною силою. Це третя найпоширеніша рідна мова у світі, позаду лише іспанська та китайська мова. Це друга широко поширена мова у світі, офіційна мова Організації Об'єднаних Націй, Європейського Союзу та багатьох інших міжнародних організацій та підприємств. Англійською мовою говорять як про основну мову в багатьох країнах світу, а ядро традиційних англосферних держав часто називають «англосферою», але як англійська мова стала в першу чергу глобальною силою?

Ми розглянемо англійську мову як бренд, шляхи її популяризації та насадження, використання у всьому світі та звичайно побуті.

Бренд – це більше ніж просто назва чи логотип, це – впізнавана емоція, яку викликає компанія, продукт або певна відома особа. У процесі брендингу формуються правильний образ та комунікації, через які люди сприйматимуть бренд. Це також ідея (форма духовно-пізнавального відображення певних закономірних зв'язків та відношень зовнішнього світу, спрямована на його перетворення).

Актуальність даної теми полягає в активному поширенні української мови. За допомогою вивчення шляху та політики розвитку англійської мови й її подальше перетворення у бренд нам вдасться виділити основні методи та засади грандіозної популяризації мови.

Не дивлячись на те, що сьогодні в світі існують десятки тисяч різноманітних мов, однією із найбільш пріоритетних для вивчення вважається англійська. Володіння цієї мовою може суттєво покращити ваше життя. Адже