УПРАВЛЕНИЕ БРЕНДОМ – СОВРЕМЕННАЯ КОНЦЕПЦИЯ БИЗНЕСА

ПРОГРАММА ПОВЫШЕНИЯ КВАЛИФИКАЦИИ 72 ЧАСА

Курс “ Управление брендом – современная концепция бизнеса” поможет совершенствовать профессиональные компетенции специалистам, осуществляющим маркетинговую деятельность, в том числе в сфере разработки, тестирования и внедрения инновационных товаров (услуг), создание нематериальных активов (брендов) и управление ими в организации в условиях быстро возникающих изменений, а также принимать краткосрочно и долгосрочно эффективные решения, способствующие процветанию бизнеса.

Цель программы: подготовка специалистов по бренд-менеджменту к решению реальных задач бизнеса через изучение кейсов с помощью современных инструментов и с учетом правил принятия решений в бизнес-среде в отношении развития бренд-стратегий.

В результате освоения программы слушатель:

- Познакомится с задачами и инструментами бренд-менеджмента
- Научится тестировать, внедрять инновационные товары (услуги), созданию нематериальных активов (брендов) и управлению ими в организации
- Познакомиться с правилами разработки технических заданий на создание фирменного стиля организации, ее бренда
- Научится оценивать текущие условия развития бренд-стратегий и прогнозировать вероятные сценарии развития
- Изучит подходы для организации эффективного бренд-менеджмента на предприятии

✓ **По итогам программы выдается удостоверение о повышении квалификации**, которое регистрируется в Федеральном реестре сведений документов об образовании и (или) квалификации.

Категории слушателей: программа для обучающихся на последнем курсе бакалавриата / специалитета и магистров (первого и второго года обучения) всех направлений подготовки.

Преимущества программы:

- Получение удостоверения о повышении квалификации
- Курс разработан и проводится в партнерстве с представителями бизнеса
- Рассматриваются актуальные методы и инструменты, доказавшие свою эффективность на практике
- Сочетание тем дает комплексное понимание подходов, делающих бизнес успешным и конкурентоспособным

- Обучение и проверка знаний в онлайн формате
- Обучение для студентов СПбПУ **БЕСПЛАТНО**

1. **Формат обучения: онлайн** (лекции в формате видео, дополнительные материалы и задания для проверки знаний)
2. **Сроки обучения:** по мере комплектования группы
3. **Кейс – чемпионат для успешно прошедших обучение: очно** (задача – решить кейс реального бизнеса). Участие в кейс-чемпионате позволит:
   - побороться за **дополнительные баллы** в конкурс портфолио **для поступления в магистратуру** СПбПУ;
   - возможность попасть на **стажировку к партнерам** мероприятия;
   - попробовать себя **в реальной маркетинговой практике**.

СТРУКТУРА ПРОГРАММЫ

Модули и темы программы:

Модуль 1. Бренд-менеджмент – концепция управления организацией.

1.1 Современная концепция управления брендами в маркетинговых системах

Рыночный и ресурсный подходы к брендингу. Концептуальные основы брендинга, ориентированного на идентичность. Управление брендами в общей концепции менеджмента предприятия. Процесс брендинга. Задачи и организационные предпосылки управления брендами. Модель GAP как интегрированный инструмент управления брендами.

1.2 Концепция брендинга в системе маркетинга

Защита товарного знака. Значение бренда в системе маркетинга. Преимущества бренда для потребителя и производителя. Эволюция теоретических подходов к разработке бренда. Структура бренда. Определение сильных сторон бренда. Определение эмоциональной силы бренда. Бренд-коммуникации. Современные требования, предъявляемые к брендингу

1.3 Модели идентичности брендов

Структура брендов. Алгоритм формирования брендов. Характеристика моделей создания идентичности брендов: Ф.Котлера, Д.ААкера, Колесо бренда («Brand Wheel»). Методика ТТВ

1.4 Концепция управления брендами в сфере цифровой экономики

Развитие интернет-экономики и формирование гибридных и виртуальных брендов. Развитие брендов в сети Интернет. Развитие брендов в сфере электронной коммерции

Модуль 2. Характеристика и использование бренд-стратегий в современном бизнесе

2.1 Архитектура портфеля брендов

Виды архитектуры брендов. Характеристика рыночных условий применения. Достоинства и недостатки различных видов архитектуры. Особенности применения на предприятии. Примеры.

2.2 Формирование стратегий брендинга

- стратегии профилирования брендов при горизонтальной конкуренции
- стратегии профилирования брендов при вертикальной конкуренции.
- стратегии профилирования брендов при международной конкуренции.
- расширение, оживление и элиминация брендов.

Модуль 3. Оценка эффективности бренд-стратегий

3.1 Бренд-контроллинг

Требования к структуре и переменным контроллинга в системе управления брендами. Стратегический и оперативный бренд-контроллинг. Бренд-контроллинг, ориентированный на идентичность, с использованием системы сбалансированных показателей (Balanced Scorecard). Контроллинг инвестиций в бренды: ЖЦ брендов и длительность их существования

3.2. Оценка стоимости брендов

Концепция капитала брендов. Абсолютная и относительная стоимость брендов: методы оценки

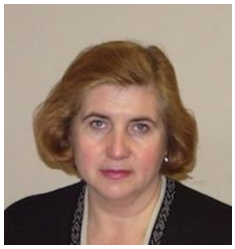
3.3. Эффективность управления брендами в маркетинговых системах

Оценка эффективности бренда - необходимая предпосылка рыночного управления предприятием. Стоимость бренда – критерий управления брендами. Методические основы оценки эффективности управления брендами. Проблемы оценки коммуникативной и экономической эффективности брендов. Мотивы и методы оценки брендов

Дополнительные лекции:

- Подготовка проекта управление брендами в общей концепции маркетинга предприятия. Организация брендинга на предприятии: задачи бренд-менеджмента и топ-менеджмента».
- Тренды в современной концепции бренд-менеджмента

Авторы курса



- **Яненко Марина Борисовна**
- Профессор Высшей школы сервиса и торговли
- доктор экономических наук, кандидат технических наук
- Более 30 лет в маркетинге.

- **Кириллова Татьяна Викторовна**
- Доцент Высшей школы сервиса и торговли
- Кандидат экономических наук
- Более 30 лет в маркетинге.

Организатор: Высшая школа сервиса и торговли Института промышленного менеджмента, экономики и торговли СПбПУ

Документы, необходимые для обучения на программе: заявление об обучении; документ, удостоверяющий личность (паспорт); документ о высшем образовании с приложением или среднем профессиональном образовании с приложением (подлинник или нотариально заверенная копия); СНИЛС (копия); при необходимости – документ о смене фамилии, имени, отчества.

Ответственный за программу:
Профессор Вышей школы сервиса и торговли Яненко Марина Борисовна **yanenko_mb@spbstu.ru**

Запись на программу:
Центр дополнительного образования ИПМЭиТ, Лапина Мария Леонидовна **+7-921-809-95-09, lapina_ml@spbstu.ru**
Адрес: **ул. Новороссийская д. 50, оф. 1320** Сайт: **https://imet.spbstu.ru/**