

Бренд-менеджмент

ФИО преподавателя: Очковская Марина Станиславовна

Цель освоения дисциплины: Формирование у студентов теоретических и практических знаний в сфере построения и развития брендов, главным образом, в B2C секторе.

Место дисциплины в учебном плане: вариативная, триместр: четвертый.

Краткое содержание дисциплины: программа учебной дисциплины включает в себя изучение теоретических основ и прикладных аспектов современного бренд менеджмента. В курсе рассматриваются различные подходы к брендингу, созданию ценности для потребителя. Большое внимание уделяется позиционированию бренда и работе с воспринимаемым качеством. Также в курсе будут даваться методики по формированию капитала бренда и развитию бренда во времени. В ходе изучения студенты научатся оценивать здоровье бренда. В курсе будет уделено внимание брендингу различных объектов, в том числе, личностному и территориальному брендингу. В учебный процесс интегрируются мастер-классы от практикующих бренд-менеджеров из глобальных компаний, например, P&G, L'oreal, LVMH.

Для лучшего усвоения материала и осознания студентами своей профессиональной принадлежности в ходе учебных занятий применяются практико-ориентированные методики преподавания. В ходе обучения предусмотрены деловые игры, элементы исследовательской работы, презентации, мастер-классы представителей ведущих российских и зарубежных компаний, разбор актуальных видео-кейсов по изучаемым темам, дискуссии.

Общая трудоёмкость дисциплины составляет: 3 зачетные единицы, 108 часов.

Язык преподавания: русский.

Итоговый контроль по дисциплине проводится в форме презентации по построению и развитию бренда.