

Цель освоения дисциплины

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

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.

Преподаватель



Очковская
Марина Станиславовна

Общая трудоемкость дисциплины

3 зачетные единицы,
108 часа.

Итоговый контроль

Проводится в форме презентации по построению и развитию бренда.