

УПРАВЛЕНИЕ БРЕНДАМИ

Цели программы: совершенствование профессиональных компетенций специалистов, осуществляющих маркетинговую деятельность, в том числе в сфере разработки, тестирования и внедрения инновационных товаров (услуг), создание нематериальных активов (брендов) и управление ими в организации, а также профессиональных компетенций, связанных с формированием рекомендаций для принятия маркетинговых решений в отношении развития бренд-стратегий.

В программе:

- Современная концепция управления брендами в маркетинговых системах
- Теоретические и методические основы брендинга в системе маркетинга
- Модели идентичности брендов
- Концепция управления брендами в сфере цифровой экономики
- Архитектура портфеля брендов
- Формирование стратегий брендинга
- Бренд-контроллинг
- Оценка стоимости брендов
- Эффективность управления брендами в маркетинговых системах

Объем программы: 72 часа.

Режим реализации: заочно, с применением ДОТ.

Продолжительность обучения: 2-3 недели.

Итоговый документ: удостоверение о повышении квалификации установленного образца.

Руководитель программы: Мирзоева Дарья Дмитриевна, hudik_dd@spbstu.ru