



## БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТ

<b>Направление подготовки и шифр</b>	Менеджмент 38.03.02
<b>Присваиваемая квалификация</b>	Бакалавр
<b>Форма обучения</b>	Очная
<b>Целевая аудитория</b>	Амбициозная творческая молодежь, имеющая среднее общее или среднее профессиональное образование, стремящаяся стать генераторами бизнес-идей, желающая и способная к их воплощению
<b>Цели образовательной программы</b>	Подготовка высококвалифицированных кадров, владеющих технологиями бренд-менеджмента, способных создавать конкурентоспособные бренды для широкого круга государственных, коммерческих и некоммерческих организаций, включая бренды федеральных, региональных и муниципальных образований; корпоративных и других бизнес-структур; профессиональных ассоциаций, благотворительных и пенсионных фондов; банков и страховых обществ; образовательных и других учреждений и предприятий
<b>Руководитель программы</b>	Челенков Александр Петрович, к.э.н., доцент, заведующий кафедрой маркетинга услуг и бренд-менеджмента, руководитель Высшей школы маркетинга, главный редактор журнала «Маркетинг»
<b>Основные факторы конкурентоспособности образовательной программы</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Идея создания и открытия Программы, в наиболее полной мере отвечающей запросам работодателей, принадлежит выпускникам Высшей школы маркетинга (ВШМ ИМ ГУУ), среди которых:<ul style="list-style-type: none"><li>- Адаменко Елена – MBA ВШМ ГУУ, к.э.н., директор по развитию бизнеса Itella Connections</li><li>- Арешев Петр – MBA ВШМ ГУУ, управляющий партнер адвокатской конторы «Арешев и партнеры»</li><li>- Гончаров Сергей – MBA ВШМ ГУУ, к.э.н., ведущий эксперт компании Deloitte</li><li>- Казанова Елена – MBA ВШМ ГУУ, коммерческий директор Академии Научной Красоты</li><li>- Казанджян О.В. – MBA ВШМ ГУУ, руководитель департамента стратегического развития компании Itella Connections</li><li>- Лобода Людмила – MBA ВШМ ГУУ, к.э.н., директор по маркетингу Vista foreign business support, MS Westfalia Gm bh international</li><li>- Трофимычев Александр – MBA ВШМ ГУУ, директор по продажам германо-российской группы компаний «ВЕГА ИНСТРУМЕНТС»</li></ul></li><li>• Эти и другие топ-менеджеры (руководители департаментов, направлений управления брендами), большинство из которых также являются выпускниками ВШМ ИМ ГУУ, принимают непосредственное участие в реализации Программы, экспертизе ее содержания, проведении мастер-классов, руководстве производственными практиками и консультированием выпускных квалификационных работ. Тем самым обеспечивается практическая направленность Программы и поддерживается преемственность 20-летних</li></ul>

традиций подготовки специалистов в области маркетинга и бренд-менеджмента, обоснованно претендующих на занятие высокооплачиваемых должностных позиций в российских и зарубежных компаниях с дальнейшим карьерным ростом

**Особенности реализации подготовки по данной образовательной программе**

- Фундаментальное освоение профессиональных компетенций Программы осуществляется под непосредственным руководством директора ИМ, заведующего кафедрой маркетинга д.э.н., проф. Г.Л.Азоева с участием ведущих специалистов в области маркетинга и бренд-менеджмента, работающих на кафедрах ИМ на штатной основе: д.э.н., проф. Алешникова В.И., д.э.н., проф. Иванова И.А., д.э.н., проф. Макашев М.О., к.соц.н., проф. Ольховников А.В., д.э.н., проф. Рыжикова Т.Н., к.э.н., доц. Семенов И.В., к.э.н., доц. Сумарокова Е.В., д.э.н., проф. Токарев Б.И., к.э.н., доц. Челенков А.П. и др.
- Освоение профессиональных компетенций профильной направленности Программы осуществляется по ключевым направлениям подготовки реализуемым действующими практиками (лицами, обладающими значительным практическим опытом работы на руководящих должностях) большинство которых состоит в штате кафедры маркетинга услуг и бренд-менеджмента:

Аналитика бренд-менеджмента - д.э.н., проф. Токарев Б.Е., консультант «Авиценна – М»  
- к.э.н., доц. Т.В. Федотова, директор по стратегическому развитию компании «Артель»  
- к.п.н., доц. Ю.Э. Липченкова (Клейменова), директор по брендингу компании «Мособлстрой»

Индивидуализация брендов - МВА ВШМ ГУУ, доц. Небесная Е.В., заместитель коммерческого директора Академии Научной Красоты  
- к.п.н., доц. Кокорева Н.В., директор по маркетингу и брендингу компании «МС - Технология»  
- МВА ВШМ ГУУ, к.э.н. Лобода Л.Н., опыт работы: директор по маркетингу Vista foreign business support, MS Westfalia Gm bh international

Бренд-билдинг - к.э.н., доц. Челенков А.П., управляющий директор Центра маркетинговых исследований и менеджмента  
- МВА ВШМ ГУУ, к.э.н., доц. Адаменко Е.Ю., директор по развитию бизнеса Itella Connections  
- МВА ВШМ ГУУ, к.э.н., доц. Орлова М.В., совладелец, управляющий директор компании «Дизайн-Практика»

Управление брендами - д.э.н., проф. Макашев М.О., генеральный директор ТД «Братья Чебурашкины»  
- МВА ВШМ ГУУ Казанджян О.В., руководитель департамента стратегического развития компании Itella Connections  
- МВА ВШМ ГУУ Макаревич Н.С., исполнительный директор практики 1 С «Что делать Консалт»

Управление бренд-коммуникациями и продажами - МВА ВШМ ГУУ Крючкова Г.А., управляющий директор рекламной группы «Драйв-Медиа»  
- МВА ВШМ ГУУ Казюлина Н.Н., руководитель направления Академии Научной Красоты  
- к.э.н., доц. кафедры маркетинга услуг и бренд-менеджмента, консультант по интеграции бренд-

- Деловые партнеры**
- Университеты: Школа бизнес-управления университета Мейдзи (Токио, Япония); Высшая школа рекламы и маркетинга (Париж, Франция); Университет прикладных наук Саксион (Нидерланды); Университет прикладных наук Инхолланд (Нидерланды)
  - Компании и профессиональные ассоциации: маркетинговое агентство «СканМаркет»; рекламные холдинги BBDO, ZenithOptimedia, Российская ассоциация маркетинга (РАМ); Российская гильдия маркетологов; Международная федерация управленческих ассоциаций стран Восточной Азии (IFEAMA, Токио)

**Профессиональные дисциплины** *Профильная часть*

**Модуль «Аналитика бренд-менеджмента»**

Методы исследования брендов  
Маркетинговые исследования  
Анализ поведения потребителей  
Социологические исследования в менеджменте  
    Экономические метрики брендов  
    Исследования капитала брендов  
    Исследования стоимости брендов  
    Исследования ценности брендов

**Модуль «Индивидуализация брендов»**

Методы индивидуализации бренда  
Управление впечатлениями бренда  
    Культура бренда  
    Имидж бренда  
    Личность бренда  
    Деловая репутация бренда  
    Фирменный стиль бренда  
    Ценности бренда

**Модуль «Бренд-билдинг»**

Проектирование брендов  
Управление проектами  
    Проектирование идентичности бренда  
    Проектирование атрибутов бренда  
    Проектирование архитектуры бренда  
    Проектирование бренд-систем CRM  
    Проектирование бренд-систем СЕМ  
    Проекты ко-брендинга

**Модуль «Управление брендами»**

Бренд-менеджмент  
Управление капиталом бренда  
Методы принятия управленческих решений  
Моделирование и реинжиниринг бизнес-процессов  
Управление изменениями  
    Бренд-экзаунт менеджмент  
    Бренд-ивент менеджмент  
    Бренд-комьюнити менеджмент

**Модуль «Управление бренд-коммуникациями и продажами»**

Управление продвижением брендов  
Управление марочными продажами  
Управление лояльностью бренду  
    Интеграция бренд-коммуникаций

Презентация брендов  
Реклама брендов  
Цифровой брендинг  
Модели и методы продаж  
Персональные продажи

**Базовая часть**

**Модуль «Базовый»**

Основы профессиональной деятельности  
Правоведение  
Математика  
Иностранный язык  
История  
Политология  
Культурология  
Философия  
Физическая культура  
Безопасность жизнедеятельности

**Модуль «Основы экономики и финансов»**

Экономическая теория  
Инвестиционный анализ  
Финансовый менеджмент  
Ценообразование  
Статистика  
Учет и анализ  
Пакеты офисного назначения и прикладных программ

**Модуль «Основы менеджмента и маркетинга»**

Теория менеджмента  
Стратегический менеджмент  
Маркетинг  
Маркетинг услуг  
Управление маркетингом  
Управление человеческими ресурсами  
Информационные технологии в менеджменте  
Документационное обеспечение управления