



## Аннотация образовательной программы

# БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТ

**Направление подготовки и шифр** Менеджмент - 38.03.02

**Присваиваемая квалификация** Бакалавр

**Форма обучения** Очная

**Целевая аудитория** Амбициозная творческая молодежь, имеющая среднее общее или среднее профессиональное образование, стремящаяся стать генераторами бизнес-идей, желающая и способная к их воплощению

**Цели образовательной программы**

- 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

**Руководитель программы** Челенков Александр Петрович, к.э.н., доцент, заведующий кафедрой маркетинга услуг и бренд-менеджмента, руководитель Высшей школы маркетинга, главный редактор журнала «Маркетинг»

**Основные факторы конкурентоспособности образовательной программы**

- Идея создания и открытия Программы, в наиболее полной мере отвечающей запросам работодателей, принадлежит выпускникам Высшей школы маркетинга (ВШМ ИМ ГУУ), среди которых:
  - Абрамов Артем – MBA ВШМ ГУУ, управляющий партнер компании А-ЦЕНТР
  - Адаменко Елена – MBA ВШМ ГУУ, к.э.н., директор по развитию бизнеса Itella Connections
  - Арешев Пётр – MBA ВШМ ГУУ, управляющий партнер адвокатской конторы «Арешев и партнеры»
  - Гончаров Сергей – MBA ВШМ ГУУ, к.э.н., ведущий эксперт компании Deloitte
  - Казанова Елена – MBA ВШМ ГУУ, коммерческий директор Академии Научной Красоты
  - Казанджян Ольга – MBA ВШМ ГУУ, руководитель программы лояльности сети ГМ Глобус
  - Макаревич Наталья – MBA ВШМ ГУУ, исполнительный директор компании «Что делать Софт»
  - Трофимычев Александр – MBA ВШМ ГУУ, директор по продажам германо-русской группы компаний «ВЕГА ИНСТРУМЕНТС»
  - Черных Марк – MBA ВШМ ГУУ, управляющий партнер компании А-ЦЕНТР
- 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 традиций подготовки специалистов в области маркетинга и бренд-менеджмента, обоснованно претендующих на занятие высокооплачиваемых должностных позиций в российских и зарубежных компаниях с дальнейшим персональным 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., доц. 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 из которых состоит в штате кафедры маркетинга услуг и бренд-менеджмента:

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

Индивидуализация брендов -МВА ВШМ ГУУ, Свиридов А., руководитель Design Studio (BBDO)  
- MBA ВШМ ГУУ, к.э.н. Лобода Л., генеральный директор агентства PRIMESET  
- к.п.н., доц. Кокорева Н.В., креативный директор компании «МС -Технологии»  
- MBA ВШМ ГУУ, Небесная Е., заместитель коммерческого директора Академии Научной Красоты

Бренд-билдинг - МА, к.э.н., доц. Челенков А., управляющий директор Центра маркетинговых исследований и менеджмента  
- MBA ВШМ ГУУ, к.э.н., доц. Адаменко Е., директор по развитию бизнеса Itella Connections  
- MBA ВШМ ГУУ, к.э.н., доц. Орлова М., управляющий директор компании «Дизайн-Практика»  
- MBA ВШМ ГУУ, Абрамов А., управляющий партнер компании А-ЦЕНТР

Управление брендами - д.э.н., проф. Макашев М., генеральный директор ТД «Братья Чебурашкины»  
- MBA ВШМ ГУУ Казанджян О., руководитель программы лояльности сети ГМ Глобус  
- MBA ВШМ ГУУ Макаревич Н., исполнительный директор компании 1 С «Что делать Софт»  
-к.п.н., Дорохова М., руководитель маркетингового Бюро «3R»

Управление  
бренд-коммуникациями  
и продажами

- MBA ВШМ ГУУ, Дорошенко В., Radio Trading Director (Group M)  
- MBA ВШМ ГУУ Крючкова Г., управляющий директор рекламной группы «Драйв-Медиа»  
- MBA ВШМ ГУУ Казюлина Н., руководитель направления продвижения брендов Академии Научной Красоты  
- к.э.н., доц. Силина С., консультант по интеграции бренд-коммуникаций

#### Деловые партнеры

- Группа компаний Group M
- Группа компаний BBDO
- Ассоциация продюсеров кино и телевидения
- Пятый канал ТВ
- СТС Медиа
- Рекламная группа «Драйв – Медиа»
- Креативная группа «Смарт Актив»
- КРЕОН РА
- Агентство «Эй Джи Партнерс Пи Ар»
- Дель Арте Студио
- Агентство IDESIGN
- Агентство PRIMESET
- Компания ТИТУЛ-ПРИНТ
- ITELLA CONNECTION
- ГФК – Русь
- ПОРШЕ РУСЛАНД
- ФОЛЬКСВАГЕН Груп Рус
- Л'Окситан Рус
- Академия Научной Красоты
- Торговый Дом «Братья Чебурашкины»
- и ряд других отечественных и зарубежных компаний

#### Профессиональные дисциплины

- **Профильная часть**
- **Модуль «Аналитика бренд-менеджмента»**
- Методы исследования брендов
- Маркетинговые исследования
- Анализ поведения потребителей
- Конкурентные метрики брендов
- Анализ активов брендов
- **Модуль «Индивидуализация брендов»**
- Методы индивидуализации брендов
- Управление впечатлениями бренда
- Культура бренда
- Управление репутацией бренда
- Разработка фирменного стиля
- Проектирование идентичности бренда
- **Модуль «Бренд-билдинг»**
- Проектирование брендов
- Управление проектами
- Методы позиционирования брендов
- Проектирование фирменного сервиса
- Проектирование взаимоотношений бренда
- Проекты ко-брендинга
- **Модуль «Управление брендами»**
- Бренд-менеджмент
- Управление капиталом бренда
- Методы принятия управленческих решений
- Бренд-ивент менеджмент

Бренд-эक्каунт менеджмент  
Бренд-комьюнити менеджмент  
HR-брендинг

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

Управление продвижением брендов  
Управление марочными продажами  
Управление лояльностью бренду  
Реклама брендов  
Диджитал брендинг  
Ньюсмейкинг и паблисити

• **Базовая часть**

**Модуль «Базовый»**

Правоведение  
Математика  
Компьютерная подготовка  
Иностранный язык  
История  
Психология  
Культурология  
Философия  
Культура речи и деловое общение  
Физическая культура  
Безопасность жизнедеятельности  
Корпоративная и социальная ответственность

**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  
Теория организации и организационное поведение  
Стратегический менеджмент  
Теория маркетинга  
Маркетинг  
Маркетинг услуг  
Управление человеческими ресурсами  
Информационные технологии управления  
Документационное обеспечение управления  
Социология управления