



## Аннотация образовательной программы

**МАРКЕТИНГ И БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТ**

<b>Направление подготовки и шифр</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Экономика – 38.06.01 (аспирантура)</li> </ul>
<b>Присваиваемая квалификация</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Исследователь. Преподаватель-исследователь</li> </ul>
<b>Форма обучения</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Очная</li> </ul>
<b>Целевая аудитория</b>	Выпускники, имеющие документы о соответствующем уровне высшего образования, подтверждающие присвоение квалификации специалиста/магистра
<b>Цели образовательной программы</b>	Формирование у выпускника компетенций, позволяющих профессионально осуществлять педагогическую и научно-исследовательскую деятельность в области методологии маркетингового анализа, проектирования и позиционирования брендов, формирования маркетинговых стратегий, управления интеллектуальным сервисом и интеллектуально-сервисными фондами
<b>Руководитель программы</b>	Геннадий Лазаревич Азоев, д.э.н., профессор, директор Института маркетинга ГУУ, заведующий кафедрой маркетинга, Лауреат премии Правительства РФ, Почетный работник высшего профессионального образования, эксперт Российской академии наук, Аналитического центра при Правительстве РФ, Российского научного фонда, Российского фонда фундаментальных исследований
<b>Профессиональные дисциплины</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Структурирование диссертационных исследований маркетинговых проблем</li> <li>Методология маркетингового анализа социальных процессов</li> <li>Организация и проведение маркетинговых исследований</li> <li>Проблемы проектирования и позиционирования брендов</li> <li>Методология формирования маркетинговых стратегий</li> <li>Проблемы управления интеллектуальным сервисом</li> <li>Развитие фандрайзинга в маркетинге</li> <li>Современные проблемы маркетинга территорий</li> <li>Технологии маркетинговых исследований</li> <li>Аналитика бренд-менеджмента</li> <li>Применение статистических методов в диссертационных исследованиях</li> <li>Формирование аналитического отчета, научного доклада и презентации результатов маркетинговых исследований</li> <li>Технологии формирования брендов в сфере услуг</li> <li>Методы проектирования интеллектуально-сервисных брендов</li> <li>Маркетинговый консалтинг</li> </ul>